



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores
Acatlán

Retórica y Representación visual en el cartel a través de sus diferentes discursos icónicos:
una aportación desde el Diseño Gráfico

Tesis que para obtener el título de Licenciada en Diseño Gráfico
Presenta Tania López Montes de Oca

Asesora: Mtra. María Teresa Lechuga Trejo

Marzo 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central

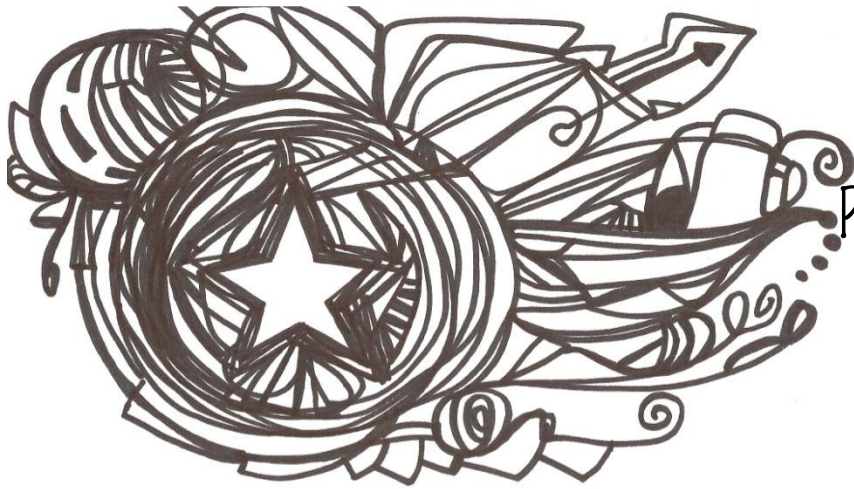


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



Porque la vida entrelazó casualidades para florecer junt@s

Va un abrazo de pasión en cada palabra

PARA NUESTRO PUEBLO, SUS LUCHAS Y VICTORIAS QUE HACEN QUE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO SIGA SIENDO PÚBLICA

ALBERTO: Porque me cobijaste con tus alas para invitarme al vuelo de la libertad, por nuestra comunión y nuestra familia, porque con tus notas de corazón creaste el hogar que diariamente habitamos, nuestro paracosmos, por un mundo mejor, te dedico especialmente este trabajo porque te amo.

IRENE Y EDUARDO: Para ustedes por darme la oportunidad de vivir y conocer las maravillas y delicias de este mundo, por enseñarme a ser una mujer independiente, sensible, consciente, con ideales y sueños que cosechamos codo a codo, desde siempre y para siempre. Gracias por darme el amor que he necesitado para andar felizmente este vuelo.

HERMANO EDUARDO: Para que nunca se te olvide que cuando te decides a lograr algo, a pesar de lo que sea, lo logras. Hermano artista, que este esfuerzo del cual eres parte sea también una invitación a que nunca dejes de vivir las experiencias escolares, la Universidad es maravillosa.

TERE: Maestra María Teresa Lechuga, hermana y compañera, mujer comprometida y extraordinaria. Infinitamente gracias por enamorarme de la vida, del conocimiento y del Diseño, porque eres lo mejor que me pudo suceder en esta etapa de mi vida, porque adornaste mis espacios de mar y de situaciones enriquecedoras, porque tus manos de luna me llenaron de fuerza cuando lo necesitaba, gracias por asesorar mis pasos para cumplir mis sueños. Gracias por ser la mejor amiga que siempre quise. Para ti, va este trabajo que también es tuyo.

AL "GRILLO", A LA MAESTRA ALFONSINA, A MI TÍA MARIBEL Y A MISHITA porque de distintas maneras formaron parte de mis proyectos de vida y de este logro. Porque se la han de estar pasando muy bien celebrando su inmortalidad.

PARA MONSE, AMANDA, IRMA, DALIA Y EMMA, las cinco mejores lucecitas que encendieron mi corazón durante la Licenciatura, para que nunca olviden cuánto las quiero y todo lo que significan para mí.

MAGALI Y GILBERTO: Les dedico este esfuerzo y les agradezco infinitamente su cariño, sus abrazos y la maravillosa amistad que vamos construyendo a pesar de las dificultades, porque sigamos siendo la ruptura.

PARA DEDI: Porque a pesar de la distancia sigues presente y todo lo que vivimos juntas en esa etapa tan complicada de nuestras vidas no se borra.

PARA MAURICIO Y RAQUEL: Para continuar en la "Resistencia Gráfica". Gracias por las luchas que compartimos y por estar de nuevo aprendiendo de los matices y colores de los sueños.

A JUDITH: De todo corazón mil gracias, me enseñaste tanto de la vida que llevo tu nombre en cada palabra. Gracias por ser el ejemplo de alguien que vive profundamente el conocimiento.

PARA LETY, PARA FABI, PARA ESTEBAN, PARA PITA, PARA JOSÉ ANTONIO, PARA OLI: Por la confianza y paciencia que tuvieron conmigo, por sus esfuerzos y para seguir cosechando frutos junt@s de nuestra Universidad.

KARINA, JORGE, KRIS, JUAN, OMAR, porque nos la pasamos muy divertido y vivimos experiencias inolvidables que quedaron guardadas para siempre en mi corazón.

PARA MI TÍA LOLITA LÓPEZ: Por tus enseñanzas, juegos, confianza e inspiración, porque seguimos coincidiendo en este inmenso mar de casualidades para recordar que la revolución se expresa en nuestro profundo cariño.

PARA GERARDO, MARIO, MARIA LUISA, PONCHIS, NACHO, BERE, LALO, LALITO, IRENE, TERE, SOFÍA, ELENA, JONATHAN. Porque logramos cambiar nuestro mundo sintiendo profundamente cada experiencia y expresando nuestro cariño a flor de piel.

PARA LUPITA MERCADO: Porque con tu energía aliviaste mis males y me guías hacia los encuentros con mi esencia. Por el ejemplo de fortaleza, sinceridad y por tu lucha diaria por lograr un mundo mejor.

A LA ASOCIACIÓN CIVIL CULTURA, TRABAJO Y DEMOCRACIA: Mil gracias por potencializar mis deseos de trabajar para nuestro pueblo y por hacer tangibles las ideas de revolución por las cuales vivimos y caminamos juntos, por la dicha de hacer política desde la amistad. Va para ustedes este logro. HERMOSAS LULÚ, MARINA, TERE, COCO Y AMALIA. COMPAÑEROS ARTURO, HECTOR, MIGUEL, OMAR, EFRAÍN, CARLOS Y ALBERTO.

LOURDES URANGA: Te dedico especialmente este trabajo por ser el ejemplo de una mujer plena, libre, feliz, bella y amorosa, por darme la oportunidad de ser parte de esa experiencia maravillosa del teatro y porque has enriquecido mi vida maravillosamente.

MARINA: Por abrir tu corazón a nuestra amistad, por compartir tus experiencias y sabiduría te agradezco infinitamente y te comparto este logro del cual eres parte desde que nos conocimos.

ARTURO: Dr. Arturo Ramos, compañero, amigo entrañable. Gracias por todos los conocimientos que compartiste conmigo a lo largo de este proceso de la Licenciatura y gracias también por invitarme a conocer de los deleites de la vida, por regalarme momentos indescriptiblemente hermosos que me han hecho crecer y desarrollarme entre sensibilidad y emociones desde diversos espacios del conocimiento.

MARÍA O'HIGGINS: Dedico este trabajo a tu esfuerzo por mantener presente el compromiso de Pablo O'Higgins con el pueblo de México desde el arte. Te agradezco también porque en cada conversación sembraste en mi corazón una semillita que espero florezca muy pronto desde mis pinceles.

AL COLECTIVO CEIBA: CÉSAR, DIANA, ALBERTO, YOALLI, MARCO, MARCO, LALO, FER, DORIAN, LORE, AMANDA, LORE, GUSTAVO, Y AMALIA. Porque le demostramos al mundo que existe gente con muchísimo talento buscando espacios para regarlo de arte y amor.

A MAGDALENA DÍAZ TRUEBA: Queridísima maggie, te dedico este trabajo porque sabes del significado que tiene para mi, sabes, fuiste y eres parte de ello, por ser una amiga incondicional y por permitirme aprender tanto a tu lado, porque yo sé que muy pronto vas a tener tus sueños entre las manos y me encantaría seguir compartiendo contigo esos momentos, como lo hemos hecho hasta hoy. Te quiero mucho amiga.

A CÉSAR ALEJANDRO: Porque lo logramos casi a la par, por tus escritos, tu cariño y sensibilidad.

A CRISTI: Porque eres un ejemplo de fortaleza, te dedico este trabajo como muestra de que a pesar de los pesares y de los obstáculos de la vida, nada puede detener el caminar de una mujer libre y con sed de conocimiento, mil gracias por tu apoyo en este proceso.

A MARCO Y GABY FERNÁNDEZ y ERNESTINA ARISTA: Gracias también por estar al pendiente de mis pasos, por apoyarnos, porque le han tenido confianza a mi trabajo y principalmente por su valiosa amistad.

PARA TODA LA FAMILIA MONTES DE OCA ROSALES, A MI MAMÁ CONCHITA, A MIS TÍAS ESTELA, ISABEL, MARGARITA, A MIS TÍOS ADRIÁN, FERNANDO, ALFONSO, HELADIO Y GUILLERMO. PARA MIS PRIMAS GABY, ADRIANA, NANCY, LESLIE, ISABEL, XIMENITA Y VALENTINA. PARA MI MADRINA MAGUIS Y MI PADRINO RAÚL, PARA CLAUDIA Y JOSÉ LUIS Y MI SOBRINITA ANA PAULINA, PARA LUIS ENRIQUE, DIEGO, RODRIGO, ORLANDO, PATRICIO, EMILIANO, LUIS CARLOS, LUIS FERNANDO, TOÑO Y BETO, A HUGO ENRIQUE, A MARIANGEL, A MIS PRIMOS TERRAZAS, CARLOS Y LALO, Y A MI PADRINO JORGE., ESPECIALMENTE A JORGITO TERRAZAS para que recuerdes que “no todo está perdido” siempre hay una esperanza. Te quiero mucho y todo lo que hagas hazlo con gusto porque esfuerzos como este, siempre valen la pena y saben mejor.

Para ustedes por estar en todo momento a mi lado.

TAMBIÉN A LA FAMILIA LÓPEZ VÁZQUEZ, A MIS ABUELITOS QUE EN PAZ ESPANTEN, A MIS TÍOS PABLO, PEDRO Y ARTURO, A MI TIA TERE Y A TODOS MIS PRIMOS Y PRIMAS. PABLITO, PETRUS, PAULIS, FÁTIMA, DIEGO, ANTONIO, ALAN, PABLITITO Y EMILIANO. Para ustedes porque a pesar de las distancias están presentes y para compartirles mi amor por el conocimiento y la cultura.

PARA LUIS SUÁREZ, PARA MIS COMPAÑEROS Y COMPAÑERAS DEL SALESIANO Y DEL DIPLOMADO DE ARTETERAPIA. Carmen, Ulises, Brenda, Paulina, Juan, Renata, Alicia, Malú, Mitzi, Isa y Toño.

Para todas las personas a las que admiro. Porque “tod@s somos río, junt@s somos mar”

...No puedo dejar de decir que hay idiomas perfectos por descubrir y que son olvidados frecuentemente en el tedio del tiempo y hay que buscarlos, porque los barcos y las piedras tienen abecedarios mejores, para demostrar que son bellos sencillamente sin palabras o esquemas..."

"Judith", Silvio Rodríguez

ÍNDICE

Introducción	2
1. Qué es y cómo se vive la información visual en la Globalización.....	6
1.1. Qué es la alfabetidad visual	9
1.2. Qué es la Globalización.....	19
1.3. La enajenación por medio de imágenes y la cultura global	27
2. El uso social del cartel: una alternativa para la libertad de pensamiento.....	34
2.1. Definición y conceptualización de cartel: Resignificando la comunicación visual desde el mundo del Diseño Gráfico.....	35
2.2. Multi e interdisciplina en tiempos de la Complejidad: Diseño y Comunicación visual.....	50
2.3. Los diferentes discursos del Diseño Gráfico:	54
La dimensión educativa, La dimensión cultural-artística, La dimensión informativa-propagandística, y La dimensión social-participativa	
3. Propuesta gráfica	65
3.1. Análisis del problema a resolver: METODOLOGÍA DEL DISEÑO.	
3.2. Carteles	
Conclusiones	206
Fuentes de consulta: bibliografía, hemerografía e Internet.....	213

INTRODUCCIÓN

Comenzar a estudiar la Licenciatura en Diseño Gráfico implica sumergirse en el conocimiento de diversas ciencias y disciplinas, implica aprender la universalidad y vivirla, implica caminar por el mundo y saborear cada rincón de texturas, colores, letras y mensajes, implica comprender que la comunicación tiene una finalidad y que nada es casual. Hacer Diseño Gráfico significa saber desarmar cada uno de los elementos, conocerlos, analizarlos y pensar, luego entonces, diseñar. Implica conocer las técnicas de impresión, cargar los marcos de serigrafía, los químicos de revelado de fotografía, escuadras, reglas, lápices de distintos grosores, pinturas, cartulinas, láminas, estilógrafos, tinta china, originales mecánicos y cualquier otro material que pudiera funcionar para improvisar en clase y resolver problemas. Crecían las mochilas y las posibilidades. La Licenciatura de Diseño Gráfico es un lugar lleno de puertas abiertas, de sensaciones y contrastes. Pero una decisión inteligente para saber entrar en una o varias de esas puertas radica en el conocimiento que se tenga del mundo que empieza cuando se gira la perilla y se mira hacia afuera.

Considero que mi formación académica en la Universidad Nacional Autónoma de México, desde que ingresé al Colegio de Ciencias y Humanidades a estudiar el bachillerato, me ha permitido situarme en un punto desde donde puedo investigar, analizar y comprender las situaciones de una forma muy rica, materias como Antropología social, Filosofía, Comunicación, Ciencias Políticas, Química y Redacción abrieron mis sentidos a las dudas al mismo tiempo que me permitieron saber cuál es mi papel este momento. Y así, mi inquietud me ha llevado por el camino que necesito para expresar mi compromiso con

2

la sociedad. Académicamente me he acercado a grandes Maestros y Maestras que me han compartido sus experiencias para comprender mejor mi responsabilidad como mujer universitaria de la UNAM. Para hacer Diseño Gráfico es necesario saber leer, saber leer las letras y las imágenes, sin dejar de subrayar que somos seres integrales y es imposible determinar que un sentido sea más importante que otro y que cada quien aprende de distintas formas, en cuanto al Diseño Gráfico, el sentido de la vista es indispensable y comprender cada uno de los elementos que conforman un mensaje visual puede ser la diferencia entre generar un mensaje visual que sirva o que nadie logre entender y entonces, se rompe la cadena comunicacional y el Diseño Gráfico pierde su principal función. Por lo tanto, pienso que el término que María Acaso propone de alfabetidad visual es muy interesante y ayuda a comprender que entre más códigos seamos capaces de descodificar y entender más puertas abiertas podremos encontrar en cualquiera que sea la disciplina donde nos desarrollemos. En el caso del Diseño Gráfico considero importante el término de alfabetidad visual porque “Expandir nuestra capacidad de ver significa expandir nuestra capacidad de comprender un mensaje visual y, lo que es aún más importante, de elaborar un mensaje visual.”, (Dondis 1973: 20) que es finalmente el objetivo de quienes nos sumergimos en este mar de posibilidades.

Al sumergirnos podemos sentir la vida del mar, pero antes debemos caminar sobre la arena para llegar al agua, saber de su color, de su textura, de la temperatura y del ambiente, si tenemos suerte, podemos observar cómo los peces se acercan y nadan a nuestro alrededor, nos acompañan. Y adentrarnos en esta inmensidad nos lleva a conocer precisamente lo que nos rodea, entender su comportamiento, saber sus necesidades y reconocernos en ello. Porque para hacer Diseño Gráfico y disfrutar cada gota de su inmensidad, es necesario saber del contexto. Porque vivir la Globalización y el Neoliberalismo y no



definirlo, nombrarlo, escribirlo y analizarlo nos detiene en ese mar y nos asfixia, nos rebasa. Encender todos los días la televisión o el radio y abrir las hojas de un periódico debe ser un acto de responsabilidad, de saber leer, de comprender que lo que está sucediendo tiene una razón, debe ser un acto de investigación y de curiosidad. Conocer el contexto político, social, económico y cultural debe ser prioridad para quienes generamos comunicación visual gráfica, simplemente como parte de uno de los puntos de cualquier metodología para el Diseño, porque es necesario saber dónde nos encontramos y hacia dónde pretendemos ir. Cómo vamos a asumir nuestra responsabilidad como Universitarios y Universitarias y las consecuencias de una decisión o de otra.

Podemos hablar entonces de la libertad, pero ¿Cómo entender la libertad en el contexto de la Globalización Neoliberal?

Conscientes de lo que la Globalización y el Neoliberalismo involucran, es más sencillo comprender que mucho de lo que vemos todos los días tiene una función y que la publicidad se dedica a generar necesidades con la finalidad del consumo, de que las corporaciones deshumanizan las relaciones laborales y de que en todo esto el Diseño Gráfico juega un papel fundamental podemos entonces tomar un camino y vivir siendo congruentes a esa decisión cualquiera que sea pero siempre con una visión de estudiantes egresados de la Máxima Casa de Estudios de nuestro País considerando a cada momento la ética de quienes generamos mensajes de comunicación gráfica. Y hay quienes se deciden por emplearse en alguna agencia importante para hacer anuncios comerciales de grandes marcas, envases, etiquetas, logotipos, imágenes corporativas, web o espectaculares. Yo he decidido dedicarme a la difusión de mensajes de contenido social y una forma alternativa de presentar otras opciones para la libertad de pensamiento por medio del Diseño Gráfico de carteles, con toda la intención de llenar de gritos las paredes, de gritos de lo



que sucede en nuestro País, de una educación alternativa y una resignificación de la comunicación visual utilizando todos los elementos formales y la teoría para hacer una práctica profesional que contribuya a la sociedad para que juntas y juntos generemos un mundo mejor.

Entonces, conocer la parte teórica de nuestra actividad gráfica nos conduce a identificar la función que tiene cada uno de los mensajes y a clasificarlos para analizarlos y comprenderlos mejor. Lo que María Acaso propone es que dentro de los tipos de representaciones visuales según su función, hay tres categorías: Representaciones visuales informativas, comerciales y artísticas. De la dimensión informativa se desprenden los mensajes informativos didácticos o dimensión educativa. Lo cual ejemplifico por medio del desarrollo de la cadena comunicacional del Diseño de carteles que he diseñado resaltando la importancia del cartel como un medio masivo muy importante donde se conjugan distintas técnicas, herramientas y un análisis profundo antes de emitir cualquier mensaje.

Por lo anterior, el presente trabajo es una exposición teórica y práctica de los conocimientos que he obtenido a lo largo de mi caminar dentro de Nuestra Máxima Casa de Estudios en la Licenciatura de Diseño Gráfico, mis pasiones y deleites plasmados en distintos carteles que han tenido una función social y didáctica y que me permiten entablar una relación directa con quienes han recibido los mensajes visuales con la finalidad de enaltecer la máxima por la cual vivo:

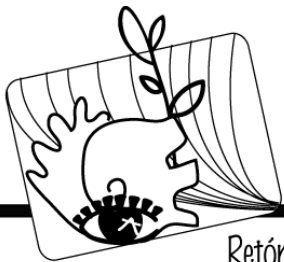
“Por mi raza hablará el espíritu”.



CAPÍTULO 1. Qué es y cómo se vive la información visual en la Globalización

Emitir mensajes por medio de imágenes implica un compromiso muy grande, en estos momentos en los que la información viaja en fracciones de segundos, los comunicadores gráficos debemos entender nuestro mundo y nuestro entorno inmediato, debemos conocernos y reconocernos en los demás, en quienes observan y reciben nuestros mensajes, debemos ser los otros para llamarnos nosotros. “La experiencia visual humana es fundamental en el aprendizaje para comprender el entorno y reaccionar ante él; la información visual es el registro más antiguo de la historia humana. “ (Dondis 1973:15) pues desde remotos tiempos sabemos que se ilustra lo que se vive.

Pensemos, por ejemplo, en una gran avenida como el periférico de la ciudad más grande del mundo, la Ciudad de México, enmarcada por anuncios que nos venden algo, anuncios que deben impactar en unos cuantos segundos y permanecer en nuestra memoria durante mucho más tiempo del que creemos, encendamos la televisión, observemos una revista o un periódico, caminemos por alguna tienda comercial y seguro habrá una imagen arriba, otra en el suelo que pisamos y muchas más a la altura de nuestros ojos. ¿De verdad somos los diseñadores gráficos emisores de los mensajes de nuestra sociedad? ¿Realmente expresamos en nuestros diseños las inquietudes, problemas y placeres de los y las demás? o ¿Somos un vendedor más? ¿Entendemos la magnitud de nuestra responsabilidad social? ¿Qué alcanzamos a ver? ¿De dónde proviene la información que consumimos?

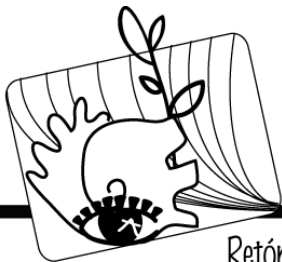




Cuando se prepara la exposición de algún tema para alguna clase, por ejemplo para en nivel de educación superior, en cualquier universidad o institución, es necesario contar con una investigación previa de lo que vamos a hablar, difícilmente podríamos compartir con los y las demás lo que sabemos acerca de la literatura sin antes leer y experimentar las sensaciones que nos despierta abrir un libro.

¿Cómo se elabora una campaña de publicidad? Las y los diseñadores lo sabemos, sabemos de los pasos a seguir, sabemos que debe haber un conocimiento pleno del producto, estudiar y definir a la población a la que se le va a vender, entender del nivel socioeconómico de los “clientes”, entenderlos y conocerlos, lo cual implica saber de Psicología, Sociología, Economía, Política, y todas las disciplinas y ciencias que nos ayuden a dirigir una campaña y un mensaje para que la gente lo consuma, entonces también sabemos que los diseñadores y las diseñadoras que trabajan en las grandes transnacionales probablemente no entiendan de este proceso de conocer a la sociedad en la que trabajan, solamente siguen las órdenes y los parámetros de quien pensó la campaña, definió los colores, las formas, la tipografía y el mensaje.

¿Quién consume qué? ¿Quién consume a quién? Y es entonces cuando vale la pena reflexionar sobre todo lo que nos rodea, es menester comprender la complejidad de fenómenos sociohistóricos como los son la globalización y el neoliberalismo, saber diferenciarlos, entender los procesos que viven las sociedades de nuestro tiempo, comprender los mecanismos del capital que originan la explotación y la exclusión, para sabernos capaces de cambiar y mejorar estas situaciones por medio de las herramientas intelectuales teórico-metodológicas y técnicas que nos proporcionan los aprendizajes de las disciplinas. Si aquí nos tocó vivir, de verdad vivamos, exploremos y aprendamos.

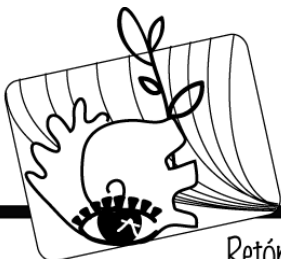




A lo largo de este trabajo, expongo los temas que considero indispensables para generar, en concordancia con lo que hasta ahora he descrito brevemente, un “grito en la pared”, para el diseño de carteles y para comprender los diferentes discursos icónicos y sus principales características y componentes, enmarcados en el contexto que hoy vivimos de una globalización neoliberal y con una propuesta para generar imágenes que sirvan, eduquen y signifiquen a quienes las observen y las interpreten en su retórica. Es indispensable, pues, reflexionar y ser críticos, estar abiertos, leer las letras y la imagen.

En este primer capítulo podremos conocer qué es la alfabetidad visual, una definición crítica de nuestra realidad globalizada neoliberal y cómo influye este contexto en quienes pretendemos comunicar por medio de una composición visual diferente, abordaremos, por lo tanto entre otros, los conceptos enajenación y cultura global.

El Diseño Gráfico significa contar con el conocimiento de las herramientas necesarias para generar una “bomba” de información, podemos destruir, frustrar, herir, enajenar. Pero también podemos llenar de luz, ilustrar, contribuir, generar conciencia, comunicar y crecer.





1.1. Qué es la alfabetidad visual

“Desde muy pequeño tuve que abandonar mi educación para ir a la escuela”

Bernard Shaw cit. en García M., Gabriel, “Vivir para contarla”, pp. 15

Al entrar a la escuela nos enseñan a leer y a escribir, pero ¿qué leemos? Las letras como unidades aisladas o como signos que pertenecen a una estructura de comunicación llamada comunicación verbal.

Nos enseñan a deletrear esas unidades aisladas de todo, incluso de nuestro contexto. Difícilmente se nos invita a analizar y a comprender la lectura, por supuesto que, a pesar de años y años de aprender a manejar nuestra lengua, el idioma español, mucho menos se nos invita a traducir nuestro pensar y sentir al papel por medio de las palabras.

Es muy común ver a los padres y madres de familia dotando de lápices de colores y hojas blancas a los niños pequeños para entretenerlos, o colgando alguno de sus maravillosos dibujos en la pared.

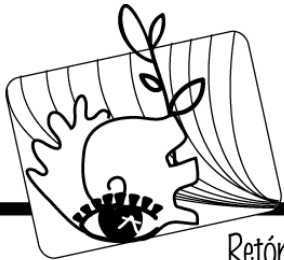
Y después, en la primaria o en la secundaria, seguramente muchos de nosotros encontramos en el dibujo una fuga al tedio de las clases y nuestros cuadernos estaban llenos de formas, texturas y personajes; y con el afán de dejar nuestra huella en la Historia probablemente hasta marcamos también nuestra banca con algún sello o calcomanía.



Así, crecimos para registrar en nuestra memoria millones de imágenes que nunca cuestionamos, para leer y escribir millones de palabras para nunca cuestionarlas o analizarlas, “Las imágenes son al lenguaje visual lo que las palabras al lenguaje escrito: sus unidades de representación.” (Acaso 2006: 19)

Nos despertamos todas las mañanas para hacer un recorrido infinito a través de esos símbolos, desde mirar las formas y colores de nuestras sábanas y cobijas, tomar la pasta dental y el cepillo con diseño ergonómico y desgastar el jabón y la piel para mantenerla firme y humectada hasta vaciar en el plato nuestras marcas favoritas de cereal y leche para cenar, “Todos estos datos se almacenan en nuestro cerebro y nuestra memoria a gran velocidad y hacen que no sólo valoremos la leche, la mantequilla y el ketchup de determinada manera, sino que, a una escala superior, se modifique nuestra actitud ante personas que no conocemos, o ante nosotros mismos. El lenguaje visual contribuye a que formemos nuestras ideas sobre cómo es el mundo, ya que a través de él absorbemos y creamos información, un tipo de información que captamos gracias al sentido de la vista.” (Ibid.: 22)

A pesar de que no contamos con una educación formal que nos ayude a entender este lenguaje visual, sabemos leerlo, aunque de forma superficial, “...no aprendemos a leerlo de manera profunda, no aprendemos a decodificarlo ni, mucho menos, aprendemos a construir mensajes con él. Ocurre lo mismo con los denominados analfabetos con respecto al lenguaje escrito y oral, personas que saben hablar y escuchar pero no saben leer ni escribir.” (Ibid.: 25-26)

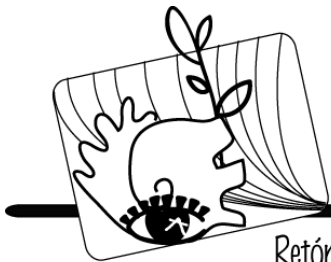




Por lo tanto, considero que es indispensable conocer todos los elementos que nos ayudan a comprender este lenguaje visual antes de pretender comunicar algo. Entremos poco a poco a sentir el agua para después aprender a nadar, para avanzar. “Expandir nuestra capacidad de ver significa expandir nuestra capacidad de comprender un mensaje visual y, lo que es aún más importante, de elaborar un mensaje visual.”, (Dondis 1973: 20) significa deseducarnos para generar nuevos conceptos, significa saber que nadie tiene toda la razón y que no existen las verdades absolutas, que es necesario cuestionar lo que leemos, lo que vemos y lo que nos dicen quienes tienen el poder.

Si comprendemos que todo lo que vemos tiene un sentido y una finalidad específica será más fácil que realmente aprendamos a leer las imágenes y a deshacer los rompecabezas que nos presentan los medios como irrompibles para después armarlos de manera consciente, “La utilización de métodos visuales en la enseñanza carece de rigor y de fines claros. En muchos casos se bombardea a los estudiantes con ayudas visuales (diapositivas, películas, artificios audiovisuales, etc.) pero esta presentación refuerza su experiencia pasiva como consumidores de televisión.”. (Ibid.: 22-23)

De la misma forma como conocemos la estructura de las palabras, es muy importante enunciar los elementos que pueden conformar una imagen, primero para entenderla y después para poder generar otra, “La caja de herramientas de todas las comunicaciones visuales son los elementos básicos, la fuente compositiva de cualquier clase de materiales y mensajes visuales, o de cualquier clase de objetos y experiencias...” (Ibid.: 28) [...] “El significado inherente a la expresión abstracta es intenso; cortocircuita el intelecto, poniendo directamente en contacto emociones y sentimientos, encerrando el significado

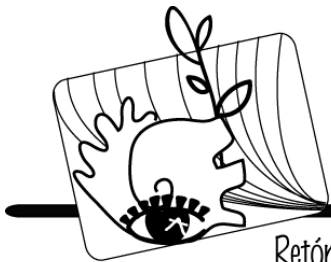


Retórica y Representación visual en el cartel a través de sus diferentes discursos icónicos: una aportación desde el Diseño Gráfico

esencial, atravesando el nivel consciente para llegar al inconsciente.” (Ibid.: 35) De tal forma que, a pesar del grave problema de la ambigüedad en la comunicación, el mensaje que se emita, pueda ser recibido por quienes lo observen de la manera más cercana a lo que se pensó al momento de concebirlo.

Gracias a la luz podemos ver, todo lo que vemos depende de las tonalidades en los colores que se generan a través del reflejo o la ausencia de la luz y es además lo que nos permite distinguir los demás elementos visuales: punto, línea, color, contorno, dirección, textura, movimiento y escala; “...cuando definimos elementalmente la pintura diciendo que es tonal, que tiene una referencia de contorno y en consecuencia una dirección, una textura y un tono de color, posiblemente una referencia de escala y desde luego ni dimensión ni movimiento salvo por implicación...”.(Ibid.: 34) Con las imágenes buscamos representar la realidad y es imprescindible considerar los elementos que la conforman para que el mensaje sea realmente significativo y logremos conectar la parte consciente, del momento en el que se ve la imagen, con el inconsciente, gracias a lo cual, seguramente nuestro mensaje puede quedarse en la memoria de quien lo recibe por mucho tiempo.

Primero, pensando en que los seres humanos necesitamos estar sobre nuestros pies, el **equilibrio** es la base con la cual podemos formular un juicio visual, este juicio se basa en la relación que establecemos consciente e inconscientemente de todo lo que nos rodea con lo horizontal y vertical. Un componente importante que puede ayudarnos a generar este equilibrio en una composición es **el peso o contrapeso visual** que se logra utilizando algún recurso como el color con la finalidad de que quien lo vea tenga la sensación de que ningún elemento es más pesado que otro. Este eje visual que trazamos de manera



inconsciente se conoce como **eje sentido**. Si por el contrario, buscamos enfatizar algún elemento y queremos que sea impactante podemos recurrir a la falta de equilibrio, lo cual es un factor desorientador y es llamado **tensión**, “...la atención de la mayoría de los observadores será atraída por aquel cuyo radio se aparte más del eje” (Ibid.: 39) [...] “...la tensión o la ausencia de tensión es el primer factor compositivo que podemos usar sintácticamente en nuestra búsqueda de la alfabetidad visual.”. (Ibid.: 39)

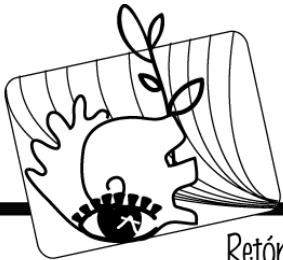
Todo depende del sentido que se le quiera dar a cada uno de los elementos de la comunicación visual y de su importancia; “Armonía y estabilidad son polos de lo visualmente inesperado y de lo generador de tensiones en la composición.”.(Ibid.: 41)

EL PETRÓLEO ES NUESTRO



Ejemplo en el cual se perciben los elementos distribuidos de manera equilibrada por medio de los colores, por ejemplo, el papalote negro genera una relación con la torre de petróleo, el papalote verde con el elemento que surge de la torre de lado izquierdo. La línea de la torre es más gruesa y nos da la sensación de estabilidad y fuerza pero la cantidad de papalotes hace que exista equilibrio entre el contraste de colores y líneas de la parte inferior izquierda con la superior derecha y el título del cartel.

Otro aspecto importante que genera el equilibrio y la armonía es la lectura, comienza por la parte superior derecha para continuar con una línea diagonal hacia abajo y a la izquierda para después, con la dirección de los papalotes, regresar hacia arriba para comenzar otra vez la lectura.

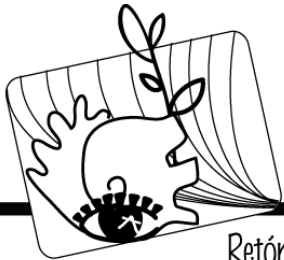




Existe la hipótesis de que debido a que leemos de izquierda a derecha, la tensión visual se concentra en la zona inferior izquierda y que este comportamiento de nuestros ojos es ya natural en quienes leemos de esta forma y además es inconsciente. Los diseños que utilizan el recurso del **equilibrio axial** (vemos lo mismo de ambos lados de los ejes) son, por lo tanto, mucho más fáciles de comprender, pero también provocan, en un grado menor, el impacto en quienes reciben el mensaje visual.

No es necesario que haya una línea trazada en lo que vemos para que nuestros ojos la perciban, de manera inconsciente dibujamos el eje vertical y el horizontal mediante los cuales medimos el equilibrio, a esto se le llama **eje visual** y o **eje sentido**. Cuando un elemento se encuentra fuera de este eje visual atrae la atención de quien lo observa debido a que es desorientador, provoca sorpresa por la condición natural de los seres humanos de buscar la relación, incluso inconsciente, de lo que vemos en alguna imagen como lo que vivimos. Estos elementos nos ayudan a reforzar los significados, propósitos, la comprensión y la interpretación de lo que pretendemos comunicar, “La tensión o la falta de tensión es el primer factor compositivo que podemos usar sintácticamente en nuestra búsqueda de la alfabetidad visual.”. (Ibid.: 39).

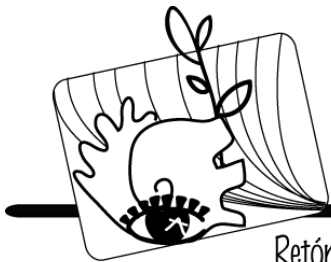
“Armonía y estabilidad son polos de lo visualmente inesperado y de lo generador de tensiones en la composición. Estos opuestos se denominan en psicología nivelación y aguzamiento (leveling y sharpening).” (Ibid: 41), la importancia de conocer estos términos desde una disciplina como la Psicología es que, como lo hemos visto en el inicio de este capítulo, nuestro cuerpo tiene funciones y situaciones condicionadas por la genética y nuestra naturaleza, en este caso, Dondis lo menciona y me parece



5

importante resaltar la relación entre la vista y el pensamiento con la finalidad de reflexionar acerca de todos los procesos que se están desarrollando en nuestro cuerpo en el momento en el que observamos algo, por ejemplo, otro aspecto que es interesante conocer es que nuestros ojos tienen preferencia por el lado inferior izquierdo de cualquier campo visual, probablemente se debe a que leemos de izquierda a derecha, aunque existen otras teorías que proponen que esto se debe a que el lado izquierdo del cerebro tiene una irrigación sanguínea mayor que el derecho.

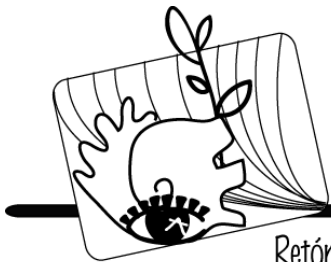
Con estos elementos es posible transmitir un mensaje visualmente de manera más clara, evitando, en la mayor medida, la ambigüedad de la comunicación. Algunos de estos elementos que nos sirven de herramientas son también **la atracción y el agrupamiento**, que se logran aproximando los elementos para darles fuerza además de responder a la necesidad de los seres humanos de conectar los puntos para construir conjuntos enteros, pero es necesario considerar que vamos a unir los puntos que sean afines, los opuestos se repelen y para enfatizar esta parte hay que considerar también que esta secuencia de la visión se puede denominar **visión positiva o negativa**, “Lo que domina la mirada en la experiencia visual se considera el elemento positivo, y el elemento negativo aquello que actúa con mayor pasividad.”(Ibid.: 50), el efecto que se logra a partir del uso de este recurso es el de una ilusión óptica, en el que podemos ver una figura en la parte negra y otra en la parte blanca, es algo que han estudiado los gestalistas, la búsqueda de soluciones simples a lo que se ve “aunque el proceso de asimilación de la información puede ser largo y complicado, la sencillez es siempre el fin perseguido.”.(Ibid.: 50)



Retórica y Representación visual en el cartel a través de sus diferentes discursos icónicos: una aportación desde el Diseño Gráfico

“El conocimiento de estos hechos perceptivos educa nuestra capacidad compositiva y permite el uso de criterios sintácticos para aquellos que empiezan a aprender la alfabetidad visual.” (Ibid.: 51) Entonces, si logramos entender y utilizar de manera adecuada todos estos recursos, contrariamente a lo que propone Dondis en su libro, ya clásico para el conocimiento de los diseñadores gráficos, “La sintaxis de la imagen”, pienso que es justo pensar que quienes conocemos estos recursos y normas de la alfabetidad visual logremos un trabajo de crítica y reflexión para emitir de forma adecuada e incluso artística, un mensaje a los lectores de imágenes.

Por lo tanto, pienso que la alfabetidad visual implica aprender estos elementos formales que integran una composición para poder leer las imágenes aisladas y después en conjunto, pero en el Diseño Gráfico específicamente ¿Qué buscamos al elaborar algún mensaje visual? Y al hacer referencia a la palabra mensaje nos introducimos inevitablemente a la Teoría de la Información, que es el campo de estudio que tiene por objetivo analizar cómo captamos y transmitimos los mensajes y por ende es necesario mencionar la Teoría de la Comunicación, por la cual se analizan los contenidos de los mensajes mediante una rama del conocimiento llamada **Semiótica** o **Semiología**. (“Semiología: del griego *semio* (signo) y del latín *logia* (estudio de). Semiótica: del griego *semio* (signo) y *ótica* (ciencia de).”) Partiendo de la base del origen etimológico de estos términos y de la definición de Umberto Eco donde define a la semiótica “como el estudio de cualquier cosa en el mundo que puede representar a otra.”(Acaso, Op. Cit.: 23) es importante resaltar el sentido que tiene el conocimiento de estos estudios y de todos los elementos que he mencionado anteriormente para quienes nos dedicamos a la comunicación por medio del lenguaje visual.



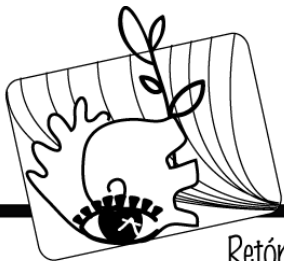


Mientras que la Semiótica estudia las características de todos los tipos de signos, la Semiótica visual se preocupa por entender qué son los signos visuales, cómo catalogarlos y cómo cada uno de ellos tiene diferentes tipos de contenidos, entendiendo las imágenes como productos culturales en los que es indispensable la interpretación activa para llegar a su conocimiento profundo.”.(Ibid.: 24)

Ahora, vale la pena señalar qué es un signo y diferenciarlo del signo visual de acuerdo con María Acaso. El signo es una unidad de representación de otra cosa, por ejemplo algo con lo que los demás puedan identificarnos, como los gustos, puede ser un referente de nosotros para los demás, en cambio el signo visual es una unidad de representación de otra cosa pero utilizando el lenguaje visual y existen tres tipos de signos visuales que son la huella o señal, el icono y el símbolo. Una huella se forma a partir de “algún resto físico del elemento representado”. (Ibid.: 38) Un icono es un signo que, a pesar de que ha perdido las características físicas del objeto representado conserva otras similitudes, “es un signo en el cual el significado permanece conectado con el significante en algún punto...” (Ibid.: 40) y por último el símbolo es un signo que ha perdido completamente todas las características del original y se representa con algunos rasgos asociados con lo representado.

Existen dos niveles dentro de los cuales trabajan los signos que son el semántico y el de significado, el semántico se relaciona con el **significante** que se refiere a la parte física y objetiva, a lo denotativo.

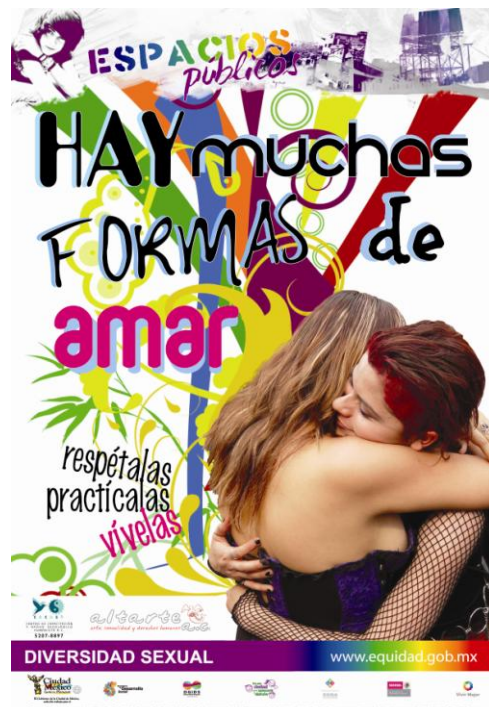
En cambio el **significado** se refiere a lo connotativo, esto es, el mensaje subjetivo que se encuentra atravesado por todo el contexto que influye en el signo para que se interprete de alguna forma determinada y dentro de este nivel de significado o parte connotativa del signo, existe un elemento





que va a provocar al espectador atrayéndolo a proyectarse en la imagen y que conduce a quien observa a pasar de la parte consciente a la inconsciente y del significante al significado para que la imagen le signifique algo, este elemento se llama **punctum principal**, los elementos que le acompañan son **punctum secundario** y el elemento que genera el equilibrio y contrapeso es el **contrapunctum**, “a través de todos estos elementos pasamos de *ver* la imagen a *comprenderla*.” (Ibid.: 45), teniendo en cuenta que quién emite un mensaje lo hace por una razón muy específica y seguramente tiene parámetros estrictamente delimitados con la finalidad de hacernos ver el mundo de determinada forma en un contexto complejo, excluyente y de consumismo llamado la Globalización Neoliberal.

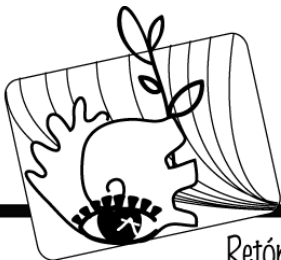
Ejemplo:



El **significante** sería que es un cartel de 40 x 60 cms, impreso en papel couché a selección de color que contiene un mensaje en seis tipos de letra diferentes y una ilustración con fotografía y textura en el fondo, tiene también nueve logotipos y una pleca.

El **significado** es que este cartel difunde la idea de aceptar y respetar la diversidad sexual, que además de las formas heterosexuales que comúnmente se conocen de amar, existen otras muchas y debemos reconocerlas.

Considero que el **punctum principal** sería la fotografía ya que transmite la emoción de un abrazo y todas y todos en algún momento de nuestra vida hemos recibido y dado abrazos lo cual hace significativo este elemento del cartel para la mayoría de las personas, la textura sería el **punctum secundario** porque enmarcan la fotografía y la acompañan y finalmente el **contrapunctum** es el texto ya que por medio del tamaño, tipo y color de las palabras se obtiene el equilibrio además de que aclara y refuerza la ilustración. Por lo tanto el mensaje es que el Gobierno del D.F. pretende con la distribución de este cartel es que quienes vivimos en la ciudad seamos más incluyentes y respetuosos de las orientaciones sexuales de cada persona.



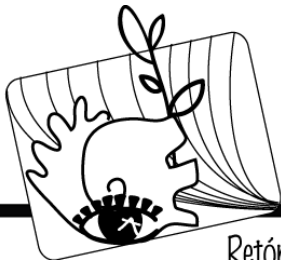
Retórica y Representación visual en el cartel a través de sus diferentes discursos icónicos: una aportación desde el Diseño Gráfico

1.2. Qué es la Globalización

Arte y Sociedad, Redacción, Historia del Arte, Psicología del Diseño, Teoría de la Comunicación, Comunicación visual, Realidad nacional, Semiótica, Principios de Pedagogía, Teorías Psicológicas contemporáneas, Psicología Social, Didáctica y Psicología de la infancia son algunas de las materias que se cursan normalmente en la Licenciatura de Diseño Gráfico en la Pre-especialidad de Material Didáctico.

Me parece importante enunciarlo en este capítulo porque es común encontrar gente que cuestiona a los y las diseñadoras que nos interesamos en los asuntos Políticos y Sociales de nuestro mundo y el argumento de esas personas es que las y los diseñadores gráficos debemos enfocarnos a la imagen y que no es necesario conocer los procesos que se viven en nuestra sociedad de los cuales somos partícipes, incluso sin saberlo como sucede en las campañas publicitarias que dictan y conducen los gustos y actitudes de muchas personas, y las y los diseñadores inmersos en ese aparato ideológico se resisten a creer que su trabajo afecta a la gente, que diseñar los envases que contienen las muñecas “bratz” o “barbies” no tiene relación con las cifras alarmantes de niñas con problemas de anorexia, bulimia, frustración y depresión.

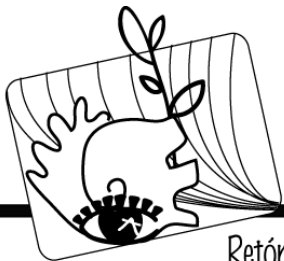
Entonces, ¿Qué sentido tendrían entonces estas materias en el diseño curricular de nuestra Licenciatura? Pienso que vale la pena remontarnos al pasado y recordar que la primer forma de comunicación que existió fue la gráfica, que las pinturas rupestres nos han enseñado las formas de organización y convivencia de la sociedad de esa época, que las imágenes sirven para mostrar lo que sucede, que el Diseño Gráfico



existe para solucionar problemas de comunicación, para comunicar algo determinado, por lo tanto, quienes nos dedicamos a elaborar mensajes gráficos debemos conocer distintas ciencias y disciplinas que nos ayuden a codificar el mundo, para saber qué es nuestra sociedad y qué necesita que le mostremos, debemos educarnos, alfabetizarnos para poder utilizar los elementos necesarios para emitir un mensaje coherente, atractivo, profundo y creativo a los sujetos receptores.

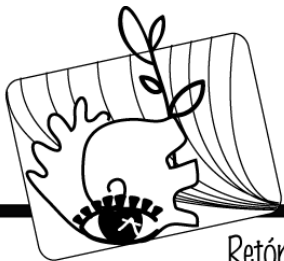
Para ello es indispensable hacer referencia al modelo político y económico en el cual estamos inmersos.

“Si bien la política neoliberal es la que aplica actualmente el capitalismo, ambos términos no son sinónimos. El capitalismo, desde sus orígenes ha tendido a abarcar todo el planeta, pero sus políticas no han sido siempre neoliberales.” (Almeyra 2005: 33) un ejemplo de ello es el periodo de gobierno del Gral. Lázaro Cárdenas del Río, quién hace efectiva la Reforma Agraria, con la finalidad de dar continuidad a la lucha de la Revolución Mexicana, que dio paso después, al llamado Estado de Bienestar, donde la base de la política social fue precisamente que las condiciones de la gente pudieran mejorar dotando a la población, por ejemplo, de educación técnica con la creación del Instituto Politécnico Nacional, la nacionalización del Petróleo para tener mayores recursos que, desde entonces, se invierten en Salud, educación y otros ámbitos indispensables para nuestra sociedad. Al igual que lo que se vive actualmente en otros países como Canadá o Inglaterra, en los cuales la gente pasa por situaciones enormemente distintas, por citar un solo ejemplo, en el caso de la Salud, como bien lo ejemplifica Michael Moore en su película Sicko, donde expone como en lugar de pagar cuentas millonarias para ir al médico, los hospitales le dan a la gente el dinero que gastó en transporte para llegar allá, no tienen que esperar horas para atenderse y tampoco se preocupan por tener que comprar medicamentos.



“El neoliberalismo no es la única política capitalista posible: es una política destinada a preservar por medio de la violencia la tasa de ganancia declinante y a reducir los salarios reales y las conquistas de los trabajadores, rebajar los ingresos de los campesinos, extraer enormes recursos de los países dependientes rebajando el precio de las materias primas y empeorando los términos de intercambio.”(Ibid.: 34) como es el caso de Estados Unidos o México, donde vivimos diariamente las dificultades a las que nos enfrentamos para poder comprar o vender algo y se vuelve cada vez más común ver camiones repletos de frutas y verduras del interior de la República vendiendo su cosecha en las calles de la Ciudad de México a precios bajísimos con tal de obtener alguna ganancia, por mínima que sea, por el esfuerzo que han puesto todo el año a las pocas tierras que les quedan, mientras tanto, vemos también que las consecuencias del Tratado de Libre Comercio, firmado en 1994 por Salinas de Gortari, son, entre otras, que las grandes empresas transnacionales como Wal Mart importan frutas y verduras de los Estados Unidos y mucha de la mercancía que venden en sus tiendas son productos provenientes de China y otras partes del mundo.

“Las privatizaciones de las palancas de la economía y su entrega a transnacionales (puertos, transportes, energía, agua, petróleo, bancos, enseñanza, formación de cuadros e investigación) y la teoría de las ventajas comparativas según las cuales México debería exportar petróleo, frutas, flores, hortalizas y mano de obra e importar todo lo demás, desde los alimentos hasta la tecnología y la cultura, destruyen la independencia nacional y condenan al país a exportar a la vez su población, capitales enormes en concepto de servicios de la deuda siempre creciente y recursos no renovables cada vez más escasos.”(Ibid.:36) debido a que dichas empresas, dentro de los “acuerdos” que hacen con el gobierno, se incluye la explotación de los recursos del sitio donde se establecen sus compañías.



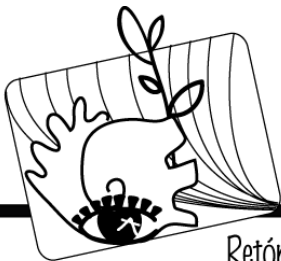
Un ejemplo claro es el de Coca Cola en el estado de Chiapas, que utiliza agua para la elaboración de sus productos y deja a la población sin ese recurso natural, que por ley les pertenece, entonces resulta para la gente más barato comprar un refresco que tomar una botella de agua.

El contexto que hoy vivimos está enmarcado por una Globalización de tipo Neoliberal.

El neoliberalismo es una estrategia actualizada de dominación y hegemonía del capital sobre el trabajo. “...es un proyecto de intervención social de las grandes corporaciones transnacionales y de las élites políticas vinculadas a ellas, que intenta promover la integración de las naciones, las comunidades y los individuos a la globalización de una forma específica,...” (Ramos 2005: 59) que mantenga a quienes tienen el poder en el poder y a todos los demás trabajando y produciendo para esas minorías por medio de aparatos ideológicos y estrategias que se insertan poco a poco, de manera gradual, casi invisible, en la población que se mantiene dormida.

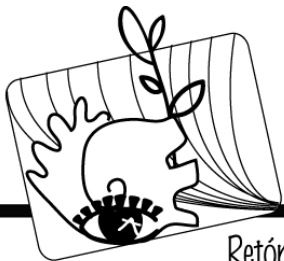
Vale la pena entender que neoliberalismo y globalización no son sinónimos, que la **globalización** es un proceso histórico que contempla cinco rasgos centrales:

1. La mundialización de la economía, que se refiere a la concentración del capital de las transnacionales en todo el mundo.
2. La Tercera Revolución científica y tecnológica, “con base en las revoluciones de la microelectrónica y de la informática, así como de la robótica y el descubrimiento y generación de nuevos materiales.” (Ibid.: 59)



3. La crisis del Estado-Nación, para convertirse en Estado internacionalizado. “El impulso de determinadas políticas industriales, laborales, comerciales, etcétera, ya no dependen tanto de un cierto equilibrio de intereses y fuerzas entre los sectores sociales de una nación o de su correspondencia con un proyecto autónomo de crecimiento económico y de distribución de riqueza, sino de las necesidades del marco regional en la competencia con otros bloques o de la definición de modelos impuestos desde instancias supranacionales como el FMI o el Banco Mundial” (Ibid.: 69)
4. Nuevo orden político internacional. “Concepto que hace alusión a los cambios sucedidos en las últimas décadas y que tienen que ver fundamentalmente con la desestructuración paulatina del esquema de relación prevaleciente entre las naciones durante un buen tiempo...” (Ibid.: 75)
5. La cultura global. “Emergen y se expanden nuevas identidades, que en buena medida son viejas identidades, pero que hoy son relocalizadas física y simbólicamente en espacios y tiempos indeterminados.” (Ibid.: 96)

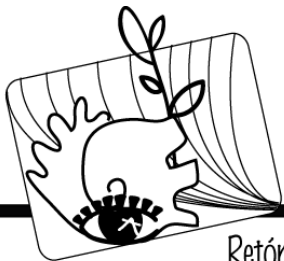
La globalización “...remite a relaciones de poder político y militar que se asientan en la coerción y la violencia, a la vez que las expanden. La globalización incluye, pero a la vez trasciende, el ámbito de lo económico, lo técnico científico, lo cultural o lo ideológico. Su matriz es de carácter político, y se anuda, en lo fundamental, en una desregulación orientada a abrir las fronteras nacionales al capital transnacional, que busca localizaciones óptimas de rentabilidad.”(Rivadeo 2003:23) Como lo menciono anteriormente, dichas empresas encuentran en los países tercermundistas como el nuestro, el lugar ideal para que sus negocios crezcan de formas exorbitantes, gracias también, a que los gobiernos dan concesiones a estas



transnacionales como la disminución de pagos en los impuestos, la falta de supervisión tanto de higiene o salud como de los derechos humanos de quienes laboran en estas empresas.

Como lo señala Ana María Rivadeo en su libro “Lesada Patria, Nación y Globalización”, las contradicciones que se viven en un sistema globalizado neoliberal son muchas, pues como el mismo término lo dice, se rompen las fronteras y se hace global solamente lo que determina el neoliberalismo, ya no existe el Estado, lo que hay es un gobierno subordinado a los intereses de quienes detentan el poder, se globalizan el hambre, la miseria, la explotación e irónicamente podemos encontrar un McDonald’s y coca colas en los pueblos más alejados y pobres de la República Mexicana.

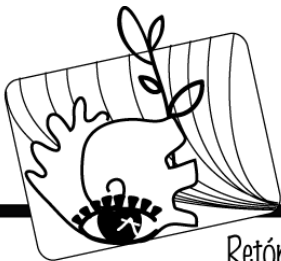
Se generaliza el desempleo y mucha gente se ve obligada a emplearse en lo que sea por sueldos miserables, y cuando logramos entender esto, entonces comprendemos también, que estas empresas funcionan dentro de un círculo que ha sido creado con toda la intención de que funcione perfectamente para sus intereses. No hay empleos, las empresas transnacionales los ofrecen, sin derechos laborales, con sueldos mínimos y jornadas extenuantes de trabajo, la gente los acepta y diariamente se producen cantidades millonarias que gozan unos cuantos, las elites dueñas de dichas empresas, entonces, la amenaza es que si no te gusta el trabajo, lo puedes dejar, seguramente hay una fila interminable de desempleados que van a aceptarlo en las condiciones que sean con tal de recibir un sueldo fijo mensual.



Alguna vez, en una revista llamada “Día Siete” complemento de un periódico de circulación nacional, leí un artículo acerca de las fábricas de muñecas donde exponían la marginación a la cual se encuentran sometidas las trabajadoras de estas fábricas, que por lo general son niñas que viven en ese pueblo, en el Estado de Hidalgo, a las que sus padres obligan a trabajar. Narraban que fueron víctimas, entre otras muchas situaciones inhumanas, de abuso sexual por parte de sus jefes y amenazas si se atrevían a decir algo sobre eso. Una de ellas comenta lo triste que era ver pasar por sus manos diariamente a tantas muñecas rubias, delgadas y con vestiditos rosas y no poder tener una en su casa.

Y es entonces cuando debemos reflexionar sobre dichas contradicciones del sistema, cuando nos debemos cuestionar qué debemos regalarle a una niña al estar frente a los aparadores de muñecas, es entonces cuando se vuelve necesario encontrar alternativas que nos ayuden a entender para mejorar esas situaciones, “...la globalización se encuentra condicionada en parte por la fuerza con que el neoliberalismo ha impuesto sus formas y tiempos a la humanidad entera, pero ello no anula las posibilidades de construir alternativas reales en su seno, que sí abran el futuro para todos en una perspectiva democrática, plural e incluyente.” (Ramos 2005: 59) y es importante también buscar qué herramientas de esta globalización neoliberal nos sirven para generar algo diferente, plural e incluyente.

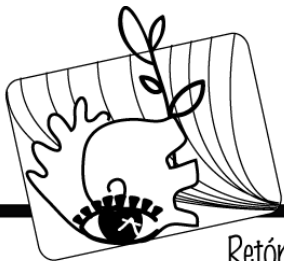
¿Cómo transformar esta globalización neoliberal en democrática?



Utilizando las herramientas que nos trajo la Tercera Revolución científica y tecnológica, por ejemplo.

Estudiando Diseño Gráfico, haciendo teoría para el Diseño, viviendo la praxis para unir esas herramientas con los estudios, la reflexión y la crítica. En este sentido me parece importante resaltar uno de los movimientos sociales más importantes de la Historia contemporánea de nuestro país, que es el del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, quienes hicieron escuchar su voz el primero de enero de 1994 desde la Selva Lacandona en el Estado de Chiapas, para reivindicar la lucha del General Zapata al grito de “Tierra y Libertad” en consecuencia al Tratado de Libre Comercio que se firmó en ese mismo año.

El EZLN comandado por el Subcomandante Marcos, logró adherir a millones de personas alrededor del mundo a la consigna por los derechos de los pueblos indígenas de México, a pesar de su formación como Ejército y de su levantamiento en armas en el momento de que el gobierno envió tropas militares a sitiar las zonas Zapatistas, el Subcomandante Marcos tuvo el acierto de guiar el movimiento desde la retórica y la palabra y su mensaje se difundió por todo el planeta por medio de una de las herramientas más importantes resultado de la globalización que es la internet, prueba clara, entonces, de que el neoliberalismo no ha logrado adueñarse completamente de dichos avances tecnológicos, científicos y sociales que ha traído consigo la globalización y es necesario entender, reflexionar e “...incidir en la realidad para modificarla al colocar en su papel histórico, concreto y creador de su propia realidad” (Hernández, Goytia y Ramos 2004: 14).



1.3. La enajenación por medio de imágenes y la cultura global

A continuación presento algunos ejemplos para poder profundizar en el concepto de enajenación por medio de imágenes y los medios de comunicación como la televisión y la internet.

Lleva ya ocho días desaparecida, tiene 15 años y su sueño es ser modelo, al parecer contactó con alguien por medio de la red para hacer su sueño realidad, su familia reza para que vuelva a casa.

Noticiero TV Azteca. Canal 13. Lunes 12 de mayo del 2008.

Ataca anorexia a más niñas en México

Estima la Secretaría de Salud que en los últimos años se contabilizan un millón de casos afectados por esta enfermedad

Ruth Rodríguez
El Universal

Jueves 14 de diciembre de 2006

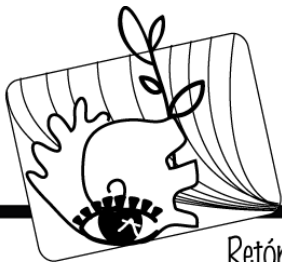
Ana Zarate, sufrió de anorexia por 23 años, tiempo en que esta enfermedad no se conocía en México, ni había lugares donde tratarlas.

De pesar 72 kilos llegó a tener 42 menos, "pero aún me sentía gorda, por eso me negaba a comer", comentó la autora del libro "Sobrevivir la anorexia", quien alerta que cada día se presentan más casos en niñas y adolescentes.

De acuerdo a cifras de la Secretaría de Salud en los últimos 10 años, en México se han contabilizado más de un millón de casos de anorexia y la cifra va en aumento.

De este total hasta el 3% fallecen por desnutrición, el 57% nunca se cura y convierte esta enfermedad en un padecimiento crónico.

La anorexia se manifiesta por la pérdida significativa de peso corporal producida por la reducción o anulación del consumo de alimentos y por el uso indebido de laxantes y ejercicio físico exagerado.



Externa la psicoterapeuta Martha Alanis, quién afirma que la anorexia se ha convertido en un "enfermedad de moda que está matando a muchas jóvenes". (<http://www.el-universal.com.mx/articulos/36660.html>)

Una niña de 12 años falleció a causa de la anorexia, informó la procuraduría del estado de Hidalgo (centro) tras constatar que el cuerpo de la menor fallecida pesaba tan sólo 24 kilogramos.

"Las causas de muerte de esta menor se anticipan por causa de anorexia", explicó el portavoz de la fiscalía, Jorge Roldán. (http://www.rpp.com.pe/detalle_124257.html)

En rueda de prensa, el especialista detalló que bulimia y anorexia afectan a más de 2 millones de mexicanos y se registran unos 20 mil casos anuales. La anorexia, nivel uno, afecta en 90 por ciento de los casos a las mujeres, a partir de los 17 años de edad y generalmente la mitad de ellas desarrollan también bulimia. (<http://www.jornada.unam.mx/2008/01/29/index.php?section=sociedad&article=042n2soc>)

CIUDAD DE MÉXICO, México, feb. 28, 2008.

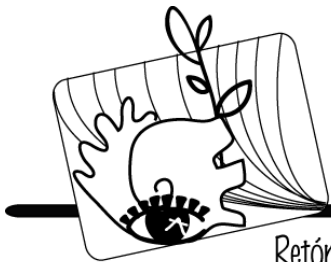
- En exclusiva acompañamos a la actriz e integrante de **RBD, Anahí**, durante la grabación de su campaña en contra de los desordenes alimenticios.

"Sobre todo informar, informar tanto a las personas que tienen este problema, como a las personas de alrededor como a la familia, como a los padres, yo creo que con esta campaña por lo menos se logrará que la gente diga: a ver ¿qué onda con esto?, ¿no?", dijo **Anahí**, cuando se le preguntó sobre su campaña.

Hace más de 4 años **Anahí** se enfrentó cara a cara con la anorexia, la cantante venció a la mortal enfermedad y hoy decidió romper el silencio. "Yo en lo personal, sentía mucho esta responsabilidad, y creo que estoy en un momento de mi vida en el que puedo abrir así mi corazón y decir un poco con palabras lindas y con un poco de esperanza el que si yo puedo día con día tener controlado este problema, cualquiera puede, entonces querremos dar una lucecita de esperanza", refirió la cantante. (<http://traumadasporlos-a.mforos.com/1303598/6798627-anahilanza-campana-contra-anorexia/>)

Adelgazar.net

Portal dedicado al sobrepeso y obesidad para **adelgazar** sin dietas: con sus recetas ligeras, noticias y consejos podrás perder peso sin estar a dieta. (www.google.com)



Diagnóstico sobre planes de **adelgazamiento**: ¿El tuyo es saludable ...

Deseas **adelgazar** unos kilitos antes de esa cita tan importante del viernes? ¿Sientes la necesidad de bajar de peso para potenciar tu desempeño atlético? (Ibid)

CHICAS FAMOSAS CON **TACONES** DE AGUJA - Portal - foros.miarroba.com

A esta gala asistieron muchísimas famosas, casi todas con excelentes **tacones**. Muchas de ellas lo hacen con vestido muy largos que casi no dejan ver sus pies ...(Ibid)

Uñas hermosas

Victoria Beckham luce largas **uñas** decoradas con motivos. ... A Salma Hayek le gusta lucir de vez en cuando **unas uñas** en negro, (Ibid)

Lindísima-El punto de la **belleza**

El punto de la **Belleza**. Información sobre **belleza** y salud. Todo para la mujer moderna, incluyendo tratamientos de spa ...(Ibid)

La **Mujer** y El **hogar**

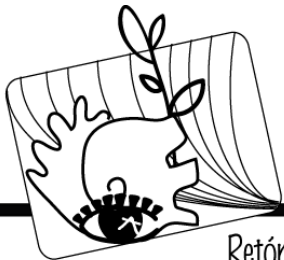
En estas páginas y sus enlaces encontrarás: mi testimonio, canciones, reflexiones, temas sobre la familia, Pinceladas con Amor, la **mujer** y el **hogar**, y más. (Ibid)

Mujer . com - El sitio más amplio y completo para la **mujer** de hoy.

belleza, sexualidad femenina, moda, maquillaje, recetas, **hogar**, salud femenina, hijos, **mujer**. ... **Mujer**. **Mujer**.com. e-planning.net ad. Secciones. » Moda ... (Ibid)

Barbie - Wikipedia, la enciclopedia libre

Barbie es la muñeca de juguete más famosa y vendida del mundo. Debutó el 9 de marzo de 1959 en la American International Toy Fair, feria del juguete en la ... (Ibid)



La diseñadora Sarah Bustani participó en el desfile “ Bratz moda y diamantes ” , en el que se mostraron las creaciones originales de pequeñas niñas que realizaron para esta famosa muñeca.

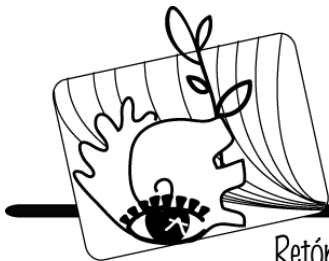
La colección, durante el Fashion Week México, estuvo a cargo de las ganadoras de la convocatoria lanzada por la empresa por medio de un canal de televisión infantil.

Cada confección fue para una muñeca diferente, “ trabajamos en el diseño de una princesa, casual e internacional, cocktail, combinando el grafitti con las pieles, una mariposa que representaba la libertad ” .

(<http://www.el-universal.com.mx/articulos>)

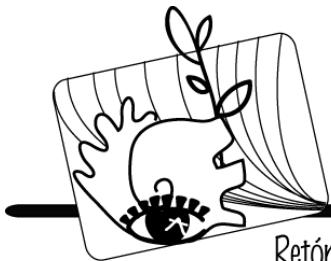
Dejamos de ser nosotros para ser quien nos digan que debemos ser, para quienes debemos comprar, cómo actuar, de verdad como si fuera un escenario, se van rolando los papeles que cada quien debe interpretar dependiendo de las escenas, la moda primavera-verano, otoño-invierno o navidad. Entonces son ahora los objetos los depositarios de la confianza de la gente, las etiquetas dan prestigio, las marcas dan poder sobre quienes no poseen esos objetos, pero ¿quién posee a quién?

“La enajenación es la negación de la esencia del hombre, es decir, la negación de su identidad, de su voluntad, de su conciencia y de su obra creadora, de la naturaleza y de su propia especie. ... no se reconoce como autor de la formación de su mundo...” (Varios 2005: 39)



Después de una quincena agotadora y aburrida, después de vivir en la monotonía todas esas horas antes del momento del pago y después de haberse esforzado tanto para producir más a la empresa para la que se trabaja todo el día, con solo uno de descanso, diez minutos para ir al baño y sin prestaciones, es necesario un alivio, un incentivo que contribuya para iniciar con muchas ganas la siguiente semana, entonces es cuando la publicidad juega el papel que les conviene a las grandes empresas y hace creer a esa persona que va a encontrar alivio comprando algo, y probablemente en el momento de la compra la sensación va a ser satisfactoria, pero no para siempre, además para ser “totalmente palacio” es necesario trabajar el doble, si es que pagan horas extras, si no seguramente hay algún otro trabajo donde puedan emplear a alguien que cumpla con el único requisito: “ganas de trabajar”.

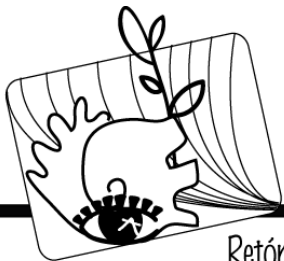
Es entonces cuando, en complicidad con la mercadotecnia y la publicidad, los empresarios vendedores logran otorgar a sus productos *valores* para lograr identificación con quien lo compra y de esta forma provocan que se conviertan en una meta que se vuelve necesaria. El diseño gráfico nace para satisfacer necesidades a problemas de comunicación gráfica, visual o audiovisual, la publicidad y mercadotecnia generan necesidades, indagan en lo más profundo de los deseos humanos para manipularlos, exponerlos y crean imágenes que ofrecen cumplir las fantasías de los compradores con solo tener en las manos el producto y usarlo, ¿quién usa qué? Las marcas absorben la vida de muchas personas que compran compulsivamente, se endeudan y se frustran cuando la realidad les demuestra que un automóvil o un desodorante no los hace que se parezcan a los modelos o jugadores de fútbol que anuncian los productos.



“Al enajenarse de su obra, objetos y relaciones, como en la idolatría, el hombre fetichiza dichos objetos y relaciones y se postra ante ellos, atribuyéndoles (transfiriéndoles) sus propias cualidades y potencialidades. ... es la forma en que el hombre busca dar sentido y legitimidad a la obra o creación humana, que se vuelve contra él por estar fuera de su control, pues al dotarlas de cualidades humanas y poderes sobre-humanos se explica que aparezcan ante sus ojos como entes autónomos y superiores a él que lo dominan.” (Ibid. : 40) Como si fuera el título de alguna historia de terror, cuando los objetos poseen a los compradores, cuando las cosas que no tienen fuerza propia se levantan y ordenan lo que tenemos que hacer, que decir y nuestro comportamiento, cuando trabajamos y producimos simplemente para poder comprar más, para tener más y ser más desprendiéndonos de lo que realmente somos y de quienes nos rodean.

La globalización neoliberal ha producido cambios en los modos de producción y relaciones de quienes estamos inmersos en ella, los avances tecnológicos nos hacen cada vez más dependientes de lo material, pareciera que nos acercamos a pasos agigantados a una situación como en la película de Chaplin “Tiempos modernos” para ser máquinas productoras sin razonar ni cuestionarse nada.

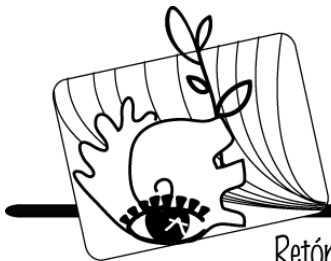
Nos conectamos a la red y podemos estar en donde sea en un instante, se pierden las fronteras de los países y se moviliza todo. “El último rasgo de la globalización reside en la emergencia de una especie de cultura global, es decir, de un fenómeno social que tiende a articular más estrechamente la experiencia cultural de poblaciones física e históricamente distantes en marcos comunes.” (Ramos Op. Cit.: 87)



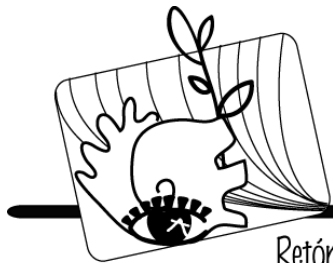


Por lo tanto podemos considerar que dicha cultura se verá también modificada desde el momento en el que se entrelaza con otra, como una especie de retroalimentación donde, gracias a las conexiones que han creado un territorio virtual en el cual conviven los miembros de la nueva sociedad del mundo.

Una nueva sociedad donde la información se amontona de manera impresionante, con solo escribir una palabra y dar *click* logramos lo que en otro momento era inimaginable y comienzan a fluir miles de espacios que contengan esa palabra, imágenes, música, videos, etcétera. Pero tengamos en cuenta que dicha información no necesariamente tiene que ver con la realidad, la mayor parte de las veces se convierte en un distractor que pone una venda en los ojos de quienes viven enajenados. Otras veces también, las herramientas tecnológicas que compartimos en esta cultura global empujan dicha enajenación, abren panoramas y derriban fronteras, como es el caso del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, de los y las artistas que por medio de la tecnología van logrando poco a poco hacernos parte de esa red cultural anti-neoliberal que, con base en nuestra realidad construye, desde lo sensible, un mundo mejor.



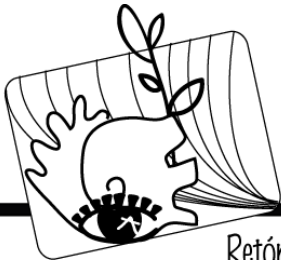
Después de enumerar, analizar y vivir en carne propia las consecuencias de la globalización neoliberal en la que se encuentra enmarcada nuestra Universidad, considero que es necesario rescatar los valores sociales por los que nace nuestra Máxima Casa de Estudios y que se escuche por todos los rincones por donde camine alguien con el corazón azul y oro “Por mi raza hablará el espíritu” y qué mejor que hacer sonar esas voces por medio de “un grito en la pared” ya que “por sus características tanto técnicas como estéticas, el cartel ha sido a lo largo de la historia del diseño gráfico, una de las formas de comunicación masiva más contundentes” (El cartel: 51) y menos costosas para difundir mensajes claros y directos que se encuentran más cercanos a quien los observa, mucho más que otros medios como la televisión o el radio. Como una alternativa para la libertad de pensamiento, en este capítulo podremos profundizar en el concepto de cartel, la relación con el Diseño Gráfico los discursos que lo componen y cómo el cartel resulta un ejemplo de la Multi e interdisciplina para la comunicación en la actualidad.



2.1. Definición y conceptualización de cartel: Resignificando la comunicación visual desde el mundo del Diseño Gráfico

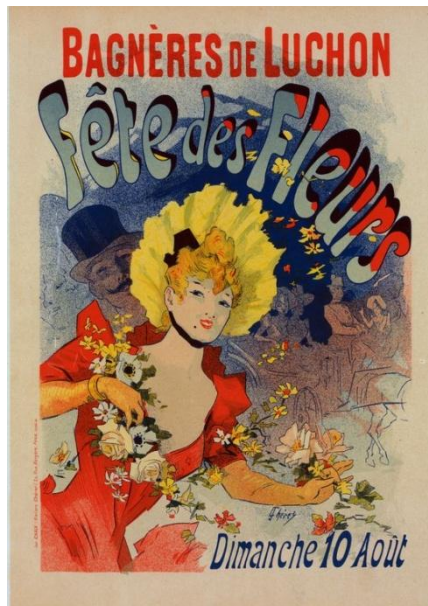
La palabra cartel procede del latín *Charta* que significa papel. “En francés *affiche*, en inglés *poster*, en italiano *manifesto*.” (El cartel: 52) Y se puede definir como el recurso gráfico en el cual se encuentran el arte icónico y el tipográfico, siendo entonces, un recurso del Diseño Gráfico para emitir un mensaje en un soporte que puede ser papel, tela, plástico o cualquier otro material para exhibir de manera pública y en lugares donde transiten muchas personas, normalmente la exhibición de los carteles se hace en un tiempo determinado y los mensajes que emiten pueden ir desde la expresión del descontento social hasta la venta de algún producto. Una de las características que nos ayudan a definir y conceptualizar este recurso gráfico es la de que cuando quienes emiten el mensaje tienen claros los elementos formales del Diseño para lograr una composición adecuada, el cartel puede llegar a tener un lenguaje que se entienda fácilmente en cualquier parte del mundo además del sitio donde fue diseñado.

Para hablar del origen del cartel es importante señalar que las tendencias que marca la pintura mural europea en la que enmarcaban la figura humana en formatos rectangulares verticales “tuvieron una presencia constante en las primeras décadas de la historia del cartel.”(Ibid.: 54)

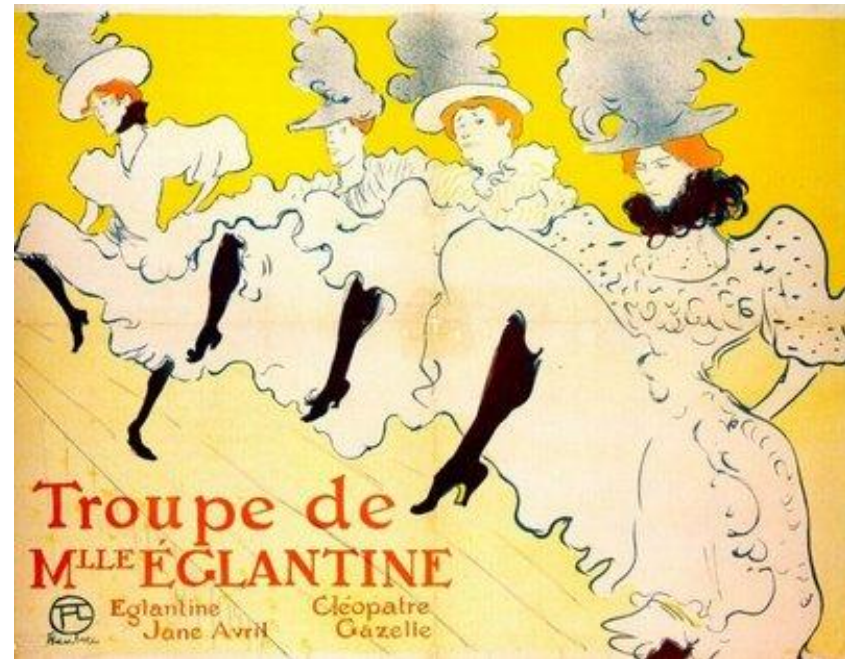


39

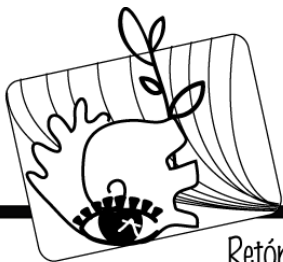
“Fue el francés Jules Chéret quién realizó la síntesis técnica y cultural de la que emergería el cartel moderno... no sólo por su alianza entre manualidad y máquina, sino también por la incipiente división del trabajo, ya que los textos de sus carteles los hacía su amigo y colega Madaré” (Ibid.: 54) por lo que es importante considerar estas implicaciones que tenía en sus inicios el trabajo para realizar un cartel y que difícilmente se podían reproducir de manera masiva. Los carteles de Chéret fueron un reflejo del momento histórico en el que vivía siendo así una gran influencia para quienes eligieron esta forma de expresarse gráficamente en otras épocas.



Jules Chéret 1890



Toulouse Lautrec 1896



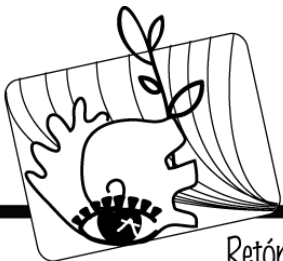
Retórica y Representación visual en el cartel a través de sus diferentes discursos icónicos: una aportación desde el Diseño Gráfico

Uno de los íconos dentro de los inicios del diseño de carteles fue Toulouse Lautrec quien a diferencia de Chéret opta por la exageración de los elementos y la expresividad. “La obra de Lautrec apenas rebasa los treinta carteles, sin embargo, constituye una de las más importantes aportaciones a la historia del cartel, tanto por su contenido como por su técnica...” “la estética del cartel se mantuvo paralela a la estética que marcaban los distintos ciclos y modas del arte pictórico pasando por el futurismo, el cubismo, el expresionismo, el Art Déco, el constructivismo ruso, el surrealismo, la abstracción, el pop-art y el hiperrealismo, evidenciando su extraordinaria permeabilidad plástica.” (Ibid.: 55)

En el caso de Lautrec es muy importante resaltar que una de las cualidades que aportó al diseño de carteles es que logró acercar a la gente de bajos recursos al arte por medio de sus obras exhibidas en lugares públicos sin que fuera necesario que acudieran a las galerías de arte.

“Hasta la Primera Guerra Mundial, el cartel fue considerado una modalidad de Bella Arte concebida según sus criterios estéticos y funcionales” (Ibid.: 55) de ahí que era, entonces, un elemento que funcionaba tanto para difundir un mensaje o información como para mostrar a la gente que difícilmente podía acceder al arte, las tendencias y técnicas de la pintura principalmente.

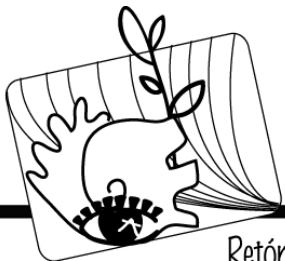
“Fue hasta los años veinte cuando el diseñador gráfico, nuevo técnico de la forma y del color, empezó a sustituir al pintor en la producción de carteles, corroborando con ello su estatuto de arte aplicada.” (Ibid.: 56) Pero cambiando también el sentido original de informar por medio de una manifestación artística convirtiéndose entonces en una herramienta de la publicidad y la mercadotecnia. Moles califica a los

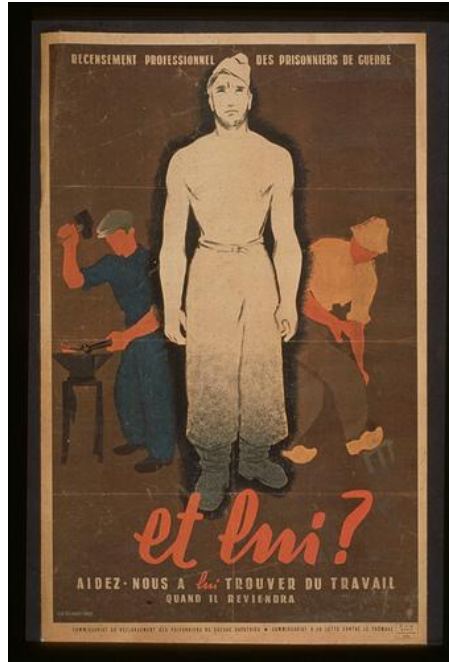




diseñadores, publicistas, psicólogos, coloristas y a quienes nos dedicamos a la confección de un cartel como “ingenieros de la emoción” (Ibid.: 56) debido al impacto que han tenido los carteles en las últimas décadas en el ámbito de la comunicación y a cómo la conjunción de la tipografía con la imagen y un estudio previo de quien recibe el mensaje logran todos los días influir en las decisiones de las personas que observan dichos mensajes convirtiendo lo que en sus inicios fue una forma de expresar e informar de forma artística en un instrumento que, por lo general, intenta persuadir, vende y crea necesidades en lugar de resolver las que ya existen.

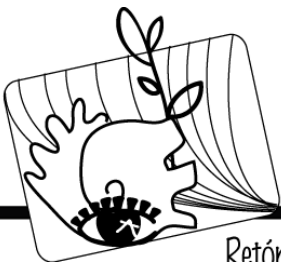
“...el cartel desde sus orígenes, aunque limitado por su carácter comercial y su papel dentro de la publicidad, ha tenido un profundo contenido social y artístico. No solo por las condiciones sociales adversas que favorecen su contenido , sino también por la conciencia e inquietud del mismo diseñador...” principalmente cuando se trata de un profesional egresado de alguna Universidad Pública debido al enfoque social que se da a Licenciaturas relacionadas con la comunicación y humanidades, además de que es indispensable recordar que, en el caso de nuestra Universidad Nacional Autónoma de México, parte de los impuestos que paga el pueblo se destinan a mantener nuestras Facultades, por lo tanto considero que dicha inquietud se debe fomentar para que los diseñadores y diseñadoras dejemos de esperar el encargo de algún cliente para, a pesar de las limitaciones económicas que se tengan, externar y compartir con los y las demás lo que sucede a nuestro alrededor, para volver un poco también, a los inicios del cartel como un reflejo de la sociedad y una forma de acercar al pueblo a la información que tenemos por medio del arte “ Y con mucha más razón, mientras estos hechos vivos y actuales respondan a necesidades sociales de incuestionable urgencia necesitarán siempre del artista –artista especial si se quiere- para propagarlas y reforzar su proceso de realización en la conciencia de las masas.” (Ibid.: 57)





*Carteles
propagandísticos
Primera y Segunda
Guerra Mundial
respectivamente*

“Lo anterior no quiere decir que el diseñador se erija como artista al formalizar o expresar sus inquietudes personales, o que renuncie a su papel dentro del sistema de producción, sino simplemente que como tal – como profesional de la comunicación visual- no cierre los ojos a los grandes problemas que afectan a la sociedad y contribuya en medida que su profesión le permita, a la solución de los mismos” por más complicado y utópico que parezca, en este momento histórico lleno de imágenes y publicidad, los carteles siguen siendo una herramienta que puede cambiar la percepción de alguna situación a quienes los observan, modificar comportamientos y educar.



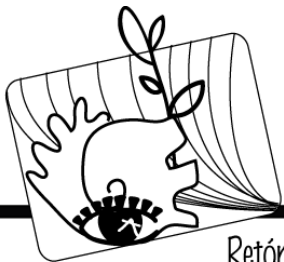
¿Cómo influir?

Primero es necesario comprender que todo lo que vemos nos educa ya sea de forma positiva o negativa. Saber de los elementos que contribuyen para que las imágenes logren su cometido y nos hagan comprar, por ejemplo. Es indispensable estudiar la publicidad cartelista y uno de los elementos más importantes es la persuasión.

“Según Roman Gaubern, la publicidad cartelista puede estudiarse desde varios niveles:

- Nivel de gusto. Basado en la estética visual
- Nivel de significado. Indagando sobre los estímulos activadores de deseos subconscientes.
- Nivel de significantes. Analizando desde un punto de vista semiótico, y
- Nivel de estilo. Estudiando sus figuras retóricas.”

Considerando que los receptores de los mensajes están en constante movimiento es importante señalar que para la lectura de un cartel se cuentan solamente con unos cuantos segundos, de dos a seis aproximadamente. Por lo tanto los elementos formales del Diseño Gráfico son indispensables para lograr el impacto necesario en los receptores.

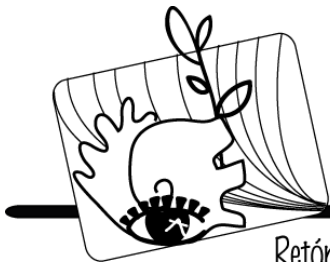




El **formato** es un elemento que se debe estudiar con cuidado antes de comenzar a trabajar en la obra gráfica, como lo menciona María Acaso en “El lenguaje visual” existen tres criterios respecto al tamaño del soporte para seleccionar adecuadamente el área de trabajo, el primero es el impacto psicológico que va a tener en relación con el espectador y la sensación que puede provocar, por ejemplo, un soporte pequeño dará la sensación de que quien lo ve es más importante y grande que el mensaje mismo, en cambio cuando es más grande y excede los límites que normalmente conocemos, se convierte en un evento y se vuelve más notorio, esto es el segundo criterio que se refiere al efecto de notoriedad, que puede lograr que la representación visual se convierta en un espectáculo. Finalmente el criterio de comodidad o manejo de ubicación que se relaciona directamente con las necesidades del mensaje y de quien lo pide.

El formato es la orientación y forma del soporte y se puede elegir entre la orientación vertical u horizontal. “...Al tomar esta decisión, el autor se basa en tres criterios:

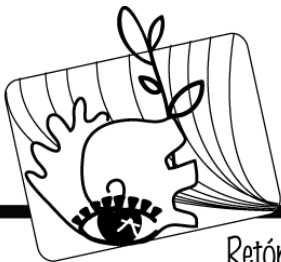
- Adaptación al soporte
- Sentido de lectura
- Contenido simbólico” (Acaso: 57)



Y aunque muchas veces el soporte se debe adaptar a la imagen, por ejemplo, en el caso de una fotografía, también hay que tomar en cuenta la carga simbólica que culturalmente se le da a las formas. “En Occidente, la elección del formato horizontal facilita la comprensión de la imagen si se lee de izquierda a derecha (que es el sistema de lectura occidental), mientras que los formatos verticales son más habituales en países asiáticos, también debido a su sistema de lectura.”(Ibid.: 57)

Teniendo en cuenta que cada parte de la composición de un cartel tiene un significado profundo y que se debe estudiar con cuidado hablemos ahora del **color**, que es “...una herramienta visual cargada de información,” (Ibid.: 60) por sí misma. Sin pensar en las formas, el color transmite sensaciones y ayuda a reforzar las ideas dentro de un mensaje, existen dos tipos de colores: “los colores-pigmento, que son aquellos en los que se trabaja el color como materia y que se pueden tocar físicamente, y los colores-luz, de carácter intangible.”(Ibid.: 60) Los colores pigmento son los que se utilizan para hacer alguna ilustración tradicional o alguna pintura, con los que se imprimen y requieren de tintas, mediante la síntesis sustractiva se forman estos colores y los que componen este subgrupo del color, identificados por las siglas CMYK, son el cian, magenta, yellow and black, siendo el negro la suma de todos.

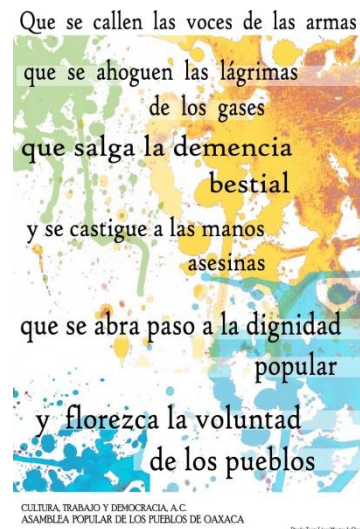
Los colores-luz son los que aparecen en las pantallas y no podemos tocar, estos son, en sus siglas RGB red, green and blue, de ahí las dificultades a las que nos enfrentamos cuando diseñamos algo y queremos verlo impreso idéntico a como lo vemos en la pantalla.



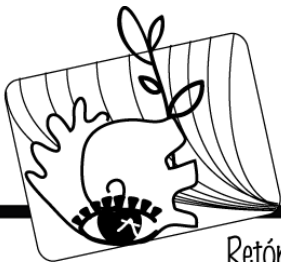
Existen algunos conceptos que considero importante referir respecto al color, el primero es la luminosidad, que se refiere a la cantidad de luz que tiene el color, “Hay colores oscuros y luminosos por definición, y esta característica afecta su valor simbólico.” (Ibid.: 62) María Acaso ejemplifica la luminosidad mencionando que existen distintos tonos de azul, un azul cielo tiene más luminosidad que azul marino.

La temperatura del color tiene que ver con un fenómeno visual que provoca sensaciones en quien observa y provoca que los colores sean unos más pesados que otros. Existen colores cálidos (rojos o naranjas, por ejemplo) y colores fríos (verdes o azules).

Hay muchas teorías sobre los significados de los colores, yo considero que es importante pensar y analizar primero la cultura, las tradiciones y los tonos que nos rodean para después elegir los adecuados para un



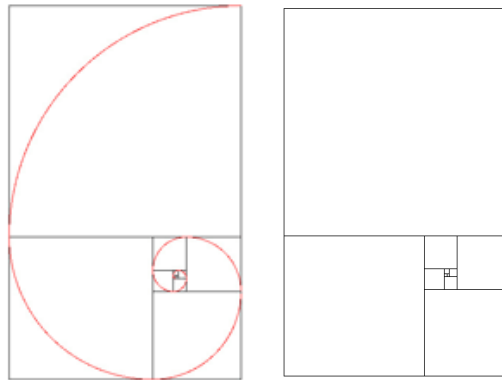
diseño, dependiendo del mensaje que se pretende comunicar y de las personas a las cuales nos vamos a dirigir. El siguiente ejemplo es una muestra de cómo la elección de los colores debe reforzar la idea principal del mensaje. En un contexto de violencia en el movimiento social de Atenco, era importante enviar un mensaje esperanzador y la petición de la Asociación Civil Cultura Trabajo y Democracia era demostrarlo por medio de un cartel con un escrito de uno de sus integrantes para lo cual generé una imagen que alude a la sangre derramada en la lucha y que hay gente que está trabajando para cambiar el color de las armas para hacerlo cultura y conciencia social. Lo cual se logró con un contraste entre los colores cálidos y fríos en un fondo blanco para reforzar el texto.





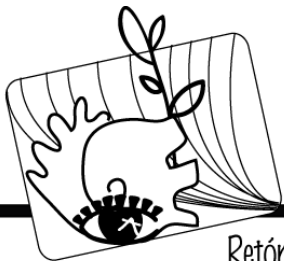
La finalidad de comprender estos elementos formales es la de lograr que quien observa un cartel pueda recordarlo por más del tiempo en el que lo observa, ..."Moles, por ejemplo, indica que el cartel ofrece dos estímulos:

1. Un estímulo fuerte, que es la imagen, estímulo de carácter estético que tiene la finalidad de llamar la atención y atrapar la mirada del lector; y,



2. Un estímulo débil, que es el texto, que puede constituir una argumentación, un comentario o una observación." (Ibid.: 59)

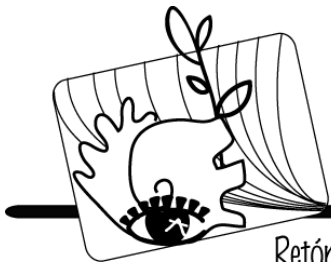
La composición, que es el orden y la disposición de los elementos dentro de un soporte o espacio de trabajo contribuye de manera esencial a que el mensaje llegue como lo necesitamos y una de las formas más conocidas y optimas para lograr un "efecto estético agradable" (Ibid.: 64) es la **sección áurea**, división que se ha utilizado en obras de arte como "las meninas" de Velázquez. Y consiste en una fórmula $a : b = b (a+b)$ y la proporción que describe es **1:1,618** y se logra multiplicando la longitud que se quiera dividir con el llamado número de oro **0,618** punto que después hay que ubicar en el plano para después trazar las líneas rectas y curvas necesarias para formar la red que nos da la sección áurea.



Existen también otros métodos que funcionan como auxiliares en el acomodo de los elementos en un cartel como las tramas que son series de líneas, pueden ser horizontales o verticales separadas por espacios que pueden ser diferentes entre una y otra y su organización depende principalmente de las necesidades de quien diseña.

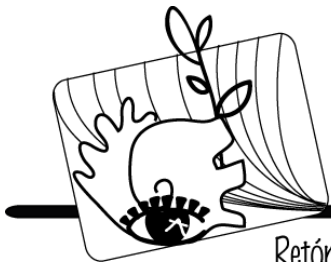
Otro elemento que es indispensable considerar en un cartel es el texto y cómo se relaciona con la imagen. Dentro de nuestra formación en el Diseño Gráfico existen materias como Tipografía donde podemos conocer de forma profunda las características principales de las letras y el uso que se le debe dar dependiendo de su forma, por ejemplo, para el Diseño Editorial sabemos que para hacer más fácil la lectura para niños las letras deben ser redondas, grandes y sin patines, mientras que los adultos pueden observar con más facilidad y sin distraerse letras con más detalles en las partes que componen las letras como los blancos internos o los brazos y en los patines, en el caso de los carteles el texto ayuda a reforzar la imagen, por lo tanto para que el mensaje no sea demasiado largo, el texto debe ser conciso y muy claro. “...y citando a Barthes, quien menciona dos relaciones estructurales elementales entre textos e imágenes para la construcción de mensajes:” (Ibid.: 66)

La primera es el **anclaje** que es donde el texto funciona para enfatizar y dar fuerza al significado del mensaje en relación con la imagen evitando ambigüedades y redundancias, también vale la pena resaltar que la imagen por si misma tiene ya una carga muy vasta de mensajes. La segunda es el **relevo** donde tanto el texto como la imagen se complementan al encontrarse incompletas y el receptor tiene que reflexionar observando esta relación para lograr ensamblar el mensaje.



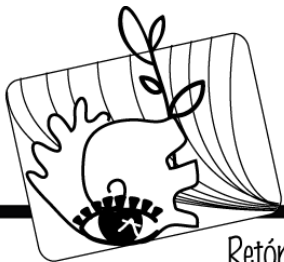
Todos los elementos mencionados anteriormente tienen el objetivo de provocar una reacción en el receptor del mensaje de un cartel, "...de tal manera que cada elemento del diseño-mensaje actúa procurando las funciones del lenguaje que hizo Roman Jakobson, Norberto Chaves realizó una "pequeña teoría del cartel" dividida en las siguientes seis funciones:"(Ibid.: 71) las cuales considero indispensables para la realización óptima de una composición gráfica como el cartel.

1. **Contacto.** Es el momento en el cual el cartel logra atraer la atención del receptor y provoca que observe y comprenda el mensaje en su totalidad.
2. **Información.** Donde el mensaje logra evocar en quien observa otras ideas relacionadas con dicha información produciendo imágenes y pensamientos que refuerzan la idea en la mente del receptor.
3. **Persuasión.** Seduce de tal modo que provoca que existan conductas consecuentes o posteriores al momento en el que se observa el mensaje.
4. **Identificación.** Es como una especie de gancho que funciona para establecer una relación más estrecha entre el mensaje y el receptor, en donde se busca lograr que el mensaje signifique algo y se conecte con la vida personal o privada de la persona que observa.
5. **Convencionalidad.** Las pistas que da el mensaje para que su lectura y descodificación sean claras que se da por medio del uso adecuado de la relación entre el texto y la imagen.
6. **Estética.** La capacidad de una composición para lograr aceptación de parte de quienes observan, cuando un mensaje abstracto logra captar la atención y mantenerse en los receptores como algo agradable.



“Con frecuencia el cartel es utilizado para comunicar mensajes que desafían a la autoridad a la ideología dominante, la viabilidad económica de este medio permite en muchos casos expresar ideas u opiniones acerca de temas...” (Ibid.: 72) de gran relevancia y que sirven para mostrar a los y las demás lo que ocurre en algún lugar en específico con la ventaja de que pueden llegar a ser comprendidos también en otras partes del mundo.

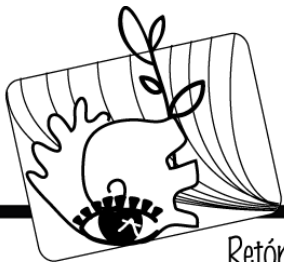
El cartel como un “...medio utilizado para implicar, informar o provocar” (Ibid.: 72) se ha manifestado claramente en distintos espacios desde los cuales se emiten mensajes que difícilmente podríamos ver en medios de comunicación masivos como la televisión, el radio o los impresos como periódicos y revistas. Un ejemplo claro de la necesidad de expresar ideas de libertad y democracia fue el Taller de Gráfica Popular que surgió en México a partir de la organización de los artistas plásticos y escritores en la LEAR, Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios, “En 1937, nosotros estábamos insatisfechos con el resultado de la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR). Esta organización que fundamos Leopoldo Méndez, Fermín y Silvestre Revueltas, Juan de la Cabada, José Mancisidor, Marinello, Siqueiros, yo, y algunos otros, no cumplía con el objetivo de hacer una labor artística encaminada hacia las masas populares.”(O’Higgins: 94) Narra el pintor y muralista Pablo O’Higgins fundador así del Taller de Gráfica Popular, que surge por la inconformidad con la LEAR y el enorme compromiso social que sentían estos artistas por llevar el arte y la conciencia social al pueblo. Este Taller consistía en que los pintores producían folletos y principalmente carteles que se distribuían en las zonas populares y tenían como finalidad mostrar las injusticias y dar un mensaje de esperanza a las clases más bajas del país. En una de las pláticas que he tenido con la compañera del maestro Pablo O’Higgins, María de la Fuente de O’Higgins, comentaba que se reunían en el



TGP y enseñaban a jóvenes pintores y grabadores a perfeccionar las técnicas, intercambiaban opiniones y hacían críticas constructivas a los trabajos con la consigna siempre de mejorar para llevar el arte con sentido y compromiso a la gente de forma clara y con ilustraciones que se pudieran entender fácilmente pero que a su vez estuvieran cargadas con una cantidad enorme de simbolismos y significados para la reivindicación de la clase trabajadora, obrera y campesina de México. Pablo O'Higgins en particular era un hombre que se dedicó a hacer recorridos por las zonas más pobres para vivir en carne propia las inquietudes, problemáticas y la belleza que se encontraba en la provincia para después trabajar en sus murales, pinturas y carteles dichas situaciones. "El TGP correspondió a una época y supo reflejarla.

Entonces los acontecimientos políticos, la carestía de la vida, el apoyo a Lázaro Cárdenas cuando la expropiación petrolera, la lucha contra el nazismo, eran las banderas del TGP. Diariamente comentábamos con grabados la vida política del país. Si subía el precio de la leche hacíamos un grabado satírico a la manera de Posada." (Ibid.: 99) y eran carteles que la gente tenía al alcance, regresando a la función original de los carteles que era la de llevar el arte a la gente que no podía acudir a las galerías o exhibiciones de grabado o pintura.

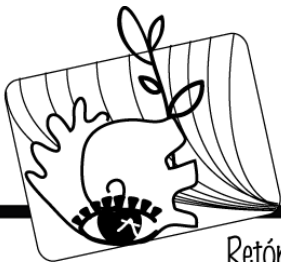
Serigrafía. La serigrafía en conjunto con el grabado fueron dos procesos de impresión básicos para el Taller de Gráfica Popular debido a la facilidad y a los bajos costos que estos procesos requieren para reproducir los carteles. La serigrafía es un método de impresión muy utilizado actualmente y consiste en quemar con luz y químicos una malla, que puede ser de distintas medidas, para lograr que solamente los espacios que después serán ocupados por la tinta queden al descubierto. Después con un rasero se distribuye la tinta y



con ayuda de aparatos que sirven para que los registros correspondan correctamente, se imprime en el papel. *Actualmente existen otros procesos de impresión que permiten producir mayores cantidades de carteles en menos tiempo:*

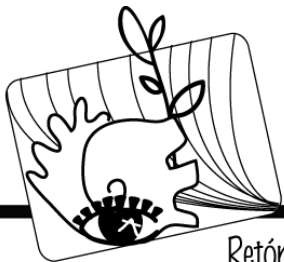
Litografía offset. Se define como el arte de grabar sobre piedra (del griego, *lithos*, “piedra”; *graphéin*, “escribir”) y se basa en la repulsión mutua del agua y el aceite, de manera que la tinta, de base oleosa, de adherirá a las zonas secas de la lámina y no a las húmedas. En este caso, es necesario preparar la plancha o placa que puede ser de aluminio, acero o plástico, de manera que las zonas de la plancha que repelen el agua (hidrófugas) retengan la tinta, de tipo graso y las zonas que repelen el agua (hidrófilas) por lo tanto, queden sin color. Esta plancha gira por una serie de cilindros que van depositando la tinta en las zonas donde la retiene hasta que la imagen queda impresa en un cilindro de caucho de forma invertida para después, ejerciendo presión con otro cilindro, quedar impresa en el papel. La litografía offset es hasta ahora, la forma más económica y adecuada para imprimir cualquier tipo de documento en cantidades grandes.

Impresión digital. En comparación con la impresión en offset, la digital funciona mejor para impresiones en menor cantidad debido a que no es necesario preparar las planchas (proceso que puede resultar muy costoso si son cantidades pequeñas). Los procesos electrónicos no requieren planchas y gracias a los avances tecnológicos podemos imprimir con más rapidez y calidad, además de que es posible hacer correcciones y adaptaciones a los documentos con mayor facilidad, funciona también para hacer pruebas de color lo cual complementa a la impresión en offset y hace que sea más sencillo igualar los colores y evaluar el documento antes de mandar a preparar las planchas, siendo así un sistema que permite la inmediatez y menos complicaciones.



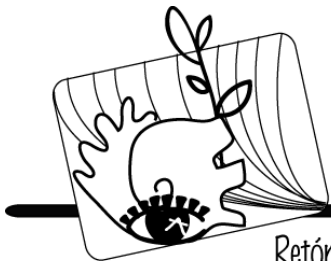
2.2 . Multi e interdisciplina en tiempos de la Complejidad: Diseño y Comunicación visual

Como lo vimos en el capítulo anterior, la Globalización Neoliberal nos ha orillado a buscar otras alternativas de expresión y laborales, lo sabemos quienes vivimos dificultades desde el inicio de nuestra carrera universitaria, compañeros y compañeras que, igual que yo, tuvimos que buscar empleos de medio tiempo y alternarlos con la escuela, estudiar por las noches, buscar materiales equivalentes a los que pedían los profesores, sacar copias, vender dulces, sándwiches o libros y pasar el día solamente con el desayuno y esperar hasta la cena. Lo sabemos, lo vivimos y nos reconocemos en quienes comienzan la vida universitaria con tantos esfuerzos y al final, placeres y compromiso. En mi experiencia laboral dentro de la educación me he encontrado con otros obstáculos que impiden mi desarrollo pleno y que pueda compartir con los estudiantes mi gusto por el saber, hace poco nos impartieron un curso referente a las “competencias”, nos repartieron un material donde se desglosan los países que se han basado en este sistema de educación por competencias, países como Irlanda, Francia y Holanda eran los ejemplos a seguir sin haber reflexionado antes acerca del contexto socio-económico e histórico que ha llevado a esos países a ser la “vanguardia” en educación. La Doctora que lo impartió nos explicaba que este enfoque de las competencias se refiere a qué tan competente es el estudiante para tal o cual actividad, que las competencias son todas las herramientas, valores, destrezas, actitudes y aptitudes con las que los profesores y profesoras formamos a los alumnos, nos expuso varios ejemplos, el de una secretaria y decía que sus competencias son saber escribir a máquina, tener buena ortografía, contestar el teléfono, de un dentista, identificar una caries y curarla, saber manejar correctamente los instrumentos, medicar, un niño



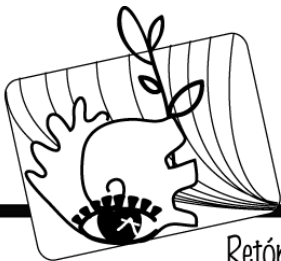
de cinco años, saber hacerle un nudo a sus zapatos, ir solo al baño, comer solo, y al niño de cinco años “su bolsita de competencias no le da para más” al mismo tiempo que hacía una analogía del tema con una bolsa y contenedores de comida.

Ello me preocupó porque entonces ese enfoque no me permite dar clases de inglés si estudié Diseño Gráfico, porque a pesar de que en el discurso nos exponen un fragmento de la película “La sociedad de los poetas muertos” y hacen énfasis en el concepto Carpe Diem y en que no se puede dar clases de poesía sin tener experiencias sensibles con la literatura como arte, existen muros de cerrazón y burocracia que impiden la apertura de la educación a nuevos horizontes y vivencias como generadores de historia. Desde “...los momentos más tempranos de la modernidad, la perspectiva de organización del conocimiento comenzó a adoptar una lógica divisionista y clasificatoria.” (Ramos, A. y Ma.Teresa L.: doc. en prensa). Cuando a partir del Renacimiento, la Reforma y el Descubrimiento y Conquista del Nuevo Mundo, enmarcados en los inicios del capitalismo, se hace de la razón “...el centro determinante de la existencia y de la realidad... como decía Weber, en un descentramiento del mundo alejado de la centralidad teológica y metafísica” lo cual propició que se comenzaran las investigaciones que llevaran a la comprobación tangible de las hipótesis, siendo entonces, los investigadores y científicos quienes recibieron un lugar privilegiado en la jerarquización social y las clases sociales. Después se comenzó la división de las disciplinas lo cual permitió una mayor especialización y profundización en cada una de ellas.



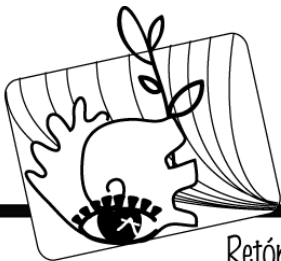
Para acercarnos a la interdisciplina, “Factores como la Ilustración, la Revolución Industrial y especialmente la Revolución Francesa, todos ellos acontecimientos del siglo XVIII que marcarían la ruta del liberalismo son el manto histórico que cobija el desarrollo autónomo cada vez más especializado de las múltiples disciplinas que alcanzará su punto máximo en el siglo XX.” (Ibid.em) Podemos decir, entonces, que la multidisciplina se refiere a la diversidad de disciplinas que existen sin que se nutran propiamente unas de otras, por ejemplo, la Facultad de Estudios Superiores Acatlán es una Unidad Multidisciplinaria de la Universidad Nacional Autónoma de México, es un espacio en el que las disciplinas existen pero no se conjugan. Ésta “...rigidez disciplinaria de alguna manera rinde culto al determinismo positivista del conocimiento” (Ibidem) determinismo que reduce “...al sujeto al papel de simple observador que registra con fidelidad una realidad objetiva dada sin su concurso” (Ibidem). Mientras la interdisciplina “encuentra una afinidad especial con la perspectiva dialéctica de la totalidad concreta al concebir a la realidad y al conocimiento de la misma como una construcción, como un dándose y no como un ya dado...” (Ibidem) donde el sujeto observa y actúa sobre el objeto y el objeto influye sobre el sujeto, sujeto porque decide, crea, cambia y construye la historia que camina.

La interdisciplina se basa en el conocimiento de la realidad y los problemas para actuar con base en dicho conocimiento por lo tanto “coloca a la mirada humana en una perspectiva distinta a la visión dominante, la obliga a redimensionar la percepción y la interpretación de la realidad. En ella no existe posibilidad de arrinconar el pensamiento en moldes conceptuales rígidos y fragmentados” como el ejemplo de la profesora que nos impartió el curso de competencias, con la explicación basada en recipientes de plástico para comida. La interdisciplina permite una liberación del sujeto y la exploración de nuevos rumbos sin imposiciones ni cánones establecidos por las élites que deciden los planes de estudios y la planeación



curricular de las disciplinas, lo cual permite que, como profesionales que vivimos la interdisciplina podamos resolver “problemas prácticos y teóricos de la realidad social, a través de un ejercicio de resignificación de los conceptos provenientes de diferentes teorías y disciplinas a la luz de la problematización correspondiente en cada caso...”(Ibidem) Después de haber desarrollado el capítulo primero y saber de Neoliberalismo y Globalización y después de haber sentido la complejidad actual y la incertidumbre considero que es indispensable recuperar la perspectiva interdisciplinaria en el Diseño Gráfico y dejar detrás el miedo a lo desconocido para tejer nuevas experiencias sensibles que nos permitan expresarnos, comunicar un mensaje y resolver problemas gráficos. Seamos Diseñadores y diseñadoras-psicólogas, artistas, investigadoras, antropólogas sociales, sociólogas y pedagogas, seamos sujetos que decidimos y logramos cambiar nuestra historia, cambiemos también el lenguaje sin miedo a resignificar los términos, seamos osados y humildes y construyamos juntas y juntos el conocimiento nuevo.

Ya lo menciona Norberto Chaves en las notas acerca de un curso que impartió sobre “La Historia del Diseño Gráfico” cuando se refiere a la complejidad de una definición concreta de lo gráfico y del diseño haciendo evidente la ambigüedad de los términos y todos los factores que intervienen para que se pueda llamar Diseño Gráfico y comenta, como en varias conferencias que ha dictado lo ha dicho que, lo que define un objeto gráfico no son sus rasgos empíricos, sino el modo de relación con otros signos dentro de un sistema. Lo que le otorga el carácter gráfico al objeto es el uso comunicacional que adopte, por lo tanto lo que hay que analizar no es el objeto, sino el fenómeno de comunicación gráfica completo dentro del cual él es sólo uno de sus elementos. Por lo tanto, dialécticamente, regresamos al título de éste sub tema donde, desde la definición de Diseño Gráfico vivimos la interdisciplina, como lo menciona Norberto Chaves, en relación con todo lo que lo rodea.

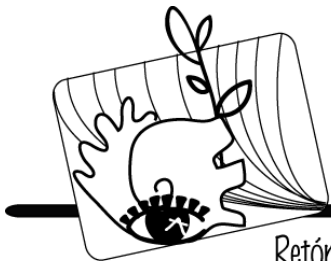


2.3. Los diferentes discursos del Diseño Gráfico.

Una forma de clasificar las representaciones visuales es dependiendo de la función que tendrá dicha representación dentro de la sociedad, considerando nuestra responsabilidad como profesionales de la Comunicación Gráfica y como miembros de la Máxima Casa de Estudios, es indispensable hacer un análisis de las necesidades visuales que existen en nuestra sociedad y los fines de elaborar un mensaje por medio de imágenes. Dicha clasificación se deriva de los tres tipos de representaciones visuales enunciados por María Acaso en el libro “El lenguaje visual”.

La dimensión educativa

Dentro de la categoría de tipos de representaciones visuales según su función hay tres categorías: Representaciones visuales informativas, comerciales y artísticas. A su vez, de la dimensión informativa se desprenden los mensajes informativos didácticos o dimensión educativa. Considerando que la dimensión informativa se refiere a que los mensajes deben ser claros y muy concisos, como su nombre lo indica es necesario que transfiera información concreta a quien observa el mensaje, con el fin de que dicho sujeto reflexione sobre su comportamiento y aprenda nuevos conceptos.

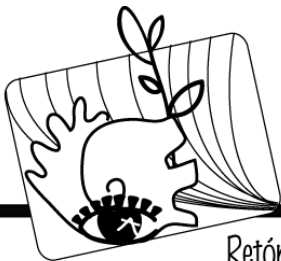




Para comprender la dimensión educativa del Diseño Gráfico debemos, con base en los capítulos anteriores, entender cómo las imágenes forman parte de nuestra formación y pueden definir nuestro comportamiento dentro de la sociedad, “es decir, todas las imágenes, sean del tipo que sean, intentan enseñarnos algo, puesto que no tienen como único objetivo transmitirnos información: pretenden que interioricemos estos mensajes y que realicemos diferentes acciones como resultado de dicha interiorización. Éste es el verdadero problema de las representaciones visuales hoy en día: el problema de su didáctica encubierta.” (Acaso: 115) y el contenido de los mensajes que se emiten a una población visualmente analfabeta. Entonces, es aquí donde encontramos que la labor de quienes educamos por medio de imágenes es la de analizar y comprender estas problemáticas para encontrar, desde la ética de nuestra profesión, una opción diferente a la que ofrecen los medios de comunicación masiva. Para ejemplificar la dimensión educativa elaboré tres propuestas. Dos de ellas pertenecen a la clasificación de **representaciones didácticas explícitas**, que son “ilustraciones de libros de texto o imágenes para presentaciones (diapositivas, proyecciones, libros de texto, etc.)”.

-La primera es un cartel que contiene la traducción al idioma inglés de la tesis de especialidad de la Dra. Gabriela Fernández, el cual se expuso en el Congreso Mundial de Dermatología en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

-El segundo ejemplo sirvió como apoyo a una exposición acerca de una investigación que realizó un grupo de compañeras estudiantes de la Escuela Nacional de Trabajo Social donde se muestran los resultados de una de sus prácticas de campo en la una zona de la Delegación Iztapalapa en la Ciudad de México.

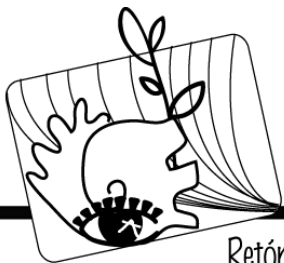


59

-El tercer cartel contiene información referente a las funciones que desempeñan los visitadores en los Ministerios Públicos del Distrito Federal con la finalidad de mantener a los usuarios de dichos servicios públicos de la instancia a la cual pueden acudir en caso de ser víctimas de algún abuso a sus Derechos Humanos.

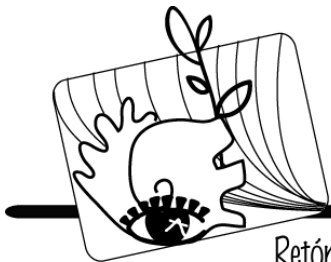
La última propuesta consiste en una campaña dirigida a jóvenes y adolescentes con el fin de difundir el uso del condón para prevenir enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados, además de promover la toma de decisiones responsables en el caso de la interrupción de un embarazo antes de las 12 semanas de gestación. La finalidad de una campaña así es que los adolescentes y jóvenes sepan a dónde acudir para obtener mayor información acerca de dicha problemática social, por lo tanto se trata de una serie de carteles que contienen información e intentan educar y contribuir a que los jóvenes y mujeres de nuestro país vivan libre y responsablemente su sexualidad.

En conclusión, el sentido de la dimensión educativa es dar a las y los receptores del mensaje opciones e información útil para su vida y sus acciones a futuro, información y opciones al alcance de sus posibilidades y adecuadas a las distintas necesidades de cada grupo. Podemos observar que depende del grupo social al cual se dirija el mensaje, tiene que ser el tipo de ilustración y la cantidad de información escrita además de los elementos formales del Diseño Gráfico que he mencionado anteriormente.



Después de comprender la importancia de la inclusión de otras formas de expresión y de la conjunción de distintas disciplinas y ciencias en el Diseño Gráfico, encontramos que la dimensión cultural-artística es un claro ejemplo de esta unión en un producto visual para emitir de manera más sensible un mensaje de tal forma que pueda resultar significativo y que logre vincularse subjetivamente con quienes lo observen. “...todas las representaciones visuales generan conocimiento, pero las representaciones visuales de carácter artístico son las que tienen como objetivo específico generar conocimiento crítico.” (Ibid.: 134) a partir, por supuesto, de que quien genera dicho mensaje, tenga una opinión propia y crítica también del mensaje que va a transmitir por medio del arte.

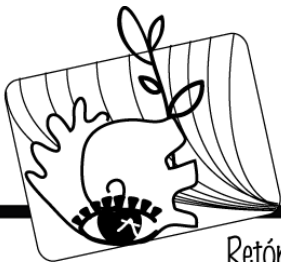
Existen distintos tipos de representaciones visuales de carácter artístico como lo enumera María Acaso en “El lenguaje visual”, la pintura, el grabado, litografía, serigrafía, arquitectura, fotografía, cine, video, net art, instalaciones, recontextualizaciones, land art y body art. Entonces vale la pena considerar que, en el caso del cartel, conviene retomar un poco lo que menciono al principio de éste capítulo en relación a sus inicios y cómo fueron los pintores quienes, ante la necesidad de compartir sus mensajes con la población que no tenía acceso a las manifestaciones artísticas, elaboran carteles que se convierten poco a poco en uno de los medios de comunicación más importantes y contundentes en la historia de la comunicación.



Considero que es imprescindible conocer estos inicios y comprender que somos parte de esa Historia que se construye día a día y que, al igual que maestros como Toulouse Lautrec, Pablo O'Higgins o Siqueiros debemos rescatar el sentido del cartel como un arma que despierta la consciencia social cargada de sensibilidad con mensajes, formas y colores interesantes que muestren a la población que no accede a las galerías de arte, que existen alternativas de vida y de expresión. En este sentido "Lo importante es la idea, no la realización física del objeto artístico" (Ibid.: 135) principio que nos ha dado la oportunidad de explorar con nuevos materiales, formas y colores con la finalidad de lograr un mensaje creativo y más sensible. Un ejemplo de ello es la *Guerrilla*, término utilizado en la publicidad para llamar a los anuncios que hacen uso de los ambientes en los que se ubican para hacerlos parte de una especie de instalación. "Ahora no podemos hablar de la obra de arte, sino del hecho artístico, un hecho artístico que variará dependiendo del lugar donde se enmarque la representación visual, del momento en el que se vea y del espectador que la vea." (Ibid.: 140) puesto que no es lo mismo ver un cartel en una Universidad que en el pizarrón de alguna estación del Sistema de Transporte colectivo Metro y es donde debemos considerar los tiempos y la comodidad con la cual van a contar las y los receptores del mensaje.

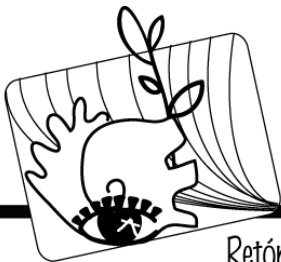
Otro aspecto que considero que es necesario recordar es que, en sus inicios, se consideraba al cartel como un reflejo de la sociedad.

En la actualidad, tomando en cuenta dicha referencia, es interesante analizar cómo se ha transformado, de haber sido una expresión artística con un mensaje explícito, hoy se ha convertido en una especie de papel tapiz que cubre las paredes de las grandes ciudades para vender productos, ideas e imponer estereotipos,

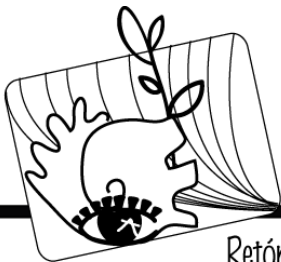


como lo ha sido el del artista mismo, anteriormente considerado “como genio, como ser humano único e irrepetible que, sumido en su vida bohemia y desordenada, crea por impulsos como tocado por una varita mágica...” “...estereotipo, consolidado por los medios de comunicación en la mayoría de las películas, novelas o representaciones teatrales...”(Ibid.: 140) que ha cambiado por la necesidad de emitir mensajes con contenido que despierten consciencias y cambien actitudes siendo hoy una especie de “revolucionario visual” (Ibid.:140) si logramos entender las magnitudes que puede llegar a tener nuestro trabajo como comunicadores visuales dentro de éste contexto neoliberal.

Los ejemplos que muestro de ésta dimensión cultural-artística en el siguiente capítulo han sido en respuesta a distintas problemáticas que he analizado en las cuales me siento completamente involucrada y con la necesidad de compartir mi reflexión y crítica con los y las demás. Dos de ellos los realicé para participar en un concurso organizado por el Museo Mexicano de Diseño MUMEDI en el cual, con la fotografía como herramienta desde el arte, muestro dos de los íconos populares más importantes para nuestra sociedad en relación con la muerte y con el título del concurso “A la muerte con una sonrisa” uno de ellos, la santa muerte y el otro los moños negros en la puerta de las casas, imágenes que reforcé con dichos también populares.

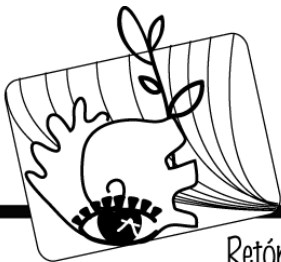


Los otros dos ejemplos de carteles dentro de ésta clasificación se refieren a mi compromiso con la Universidad Nacional Autónoma de México y a mi necesidad de despertar en quienes viven la maravillosa experiencia de pertenecer a nuestra Máxima Casa de Estudios, el amor por el conocimiento y por éste recinto que pertenece a todas las personas que viven en nuestro país. Me parece importante resaltar que dichos ejemplos muestran también, que podemos elaborar los mensajes haciendo uso de distintas expresiones artísticas, como en este caso, la fotografía, la ilustración con lápices de color e incluso por medio de las herramientas que nos ofrece la tecnología como es el caso de la computadora y los programas de Diseño e Ilustración.



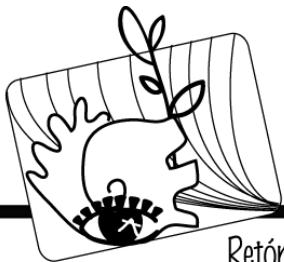
Recordemos que en éste capítulo he mencionado ya las características de la dimensión informativa, en la que el mensaje debe transmitir la información de forma clara y concisa, ahora es necesario aclarar lo que entendemos por propaganda. Para que se considere que un cartel se encuentra dentro de la ésta clasificación debe contar con una característica que considero la más importante que es la de contener un mensaje con carga ideológica que lo que comunica es una idea política que, por lo general, intenta persuadir a las y los receptores de inclinarse por uno u otro candidato, partido político, líder o movimiento social. La idea de la propuesta que presento es también rescatar la base del concepto para proponer carteles que contengan una fuerte carga de significados profundos acerca de cualquiera de las demás dimensiones del discurso del Diseño Gráfico.

En éste contexto en el que vivimos la coyuntura política existen Colectivos y Asociaciones Civiles que responden por medio del Diseño Gráfico a las enormes campañas políticas que tienen acceso a los medios masivos de comunicación y que pretenden imponer lo que conviene a los grandes monopolios y empresas transnacionales para que puedan continuar con las concesiones que hasta hoy, han dado los gobiernos a cambio de beneficios propios a los dirigentes políticos. Uno de estos grupos de Resistencia es la Asociación Cultura, Trabajo y Democracia, integrada por Catedráticos y Maestras de distintas Universidades, Artistas, Economistas y Diseñadores Gráficos. Ésta Asociación Civil trabaja estrechamente con el Sindicato Mexicano de Electricistas y publican carteles en relación con los sucesos políticos más importantes para la sociedad mexicana, situaciones que no se difunden en los medios de comunicación masiva.



En ésta dimensión he encontrado la forma de expresar, desde la Ética de la Profesión, los mensajes que el pueblo necesita ver como una forma alternativa a la publicidad y la propaganda de los neoliberales, además de que considero que es una forma de rescatar el sentido inicial de los carteles, que es el de acercar a las mayorías los mensajes, colores y formas que difícilmente encuentran en las paredes y cerca de su entorno. Han sido carteles de los que se han imprimido cantidades grandes y han distribuido de forma masiva a trabajadores y gente del pueblo principalmente. Siendo el cartel un reflejo de la sociedad y las problemáticas que vive la mayor parte de la gente, la Asociación Civil decidió difundir un mensaje acerca de los sucesos ocurridos por ejemplo en San Salvador Atenco en el año 2005, mensaje que se llevó a distintos Estados de la República Mexicana, España y Universidades de Colombia, Estados Unidos y Canadá.

En el contexto neoliberal en el que vivimos “Aparecen nuevos temas que tienen que ver con el cambio de los intereses de la sociedad... en un intento por poner el dedo en la llaga y mostrar contenidos que el arte producido por sociedades más conservadoras y tradicionales se han preocupado por ocultar. Si las artes visuales reflejan a la sociedad donde han sido creadas, ¿cómo van a producir los artistas bodegones de flores?” (Ibid.: 137) y ¿Para qué seguir, como Diseñadores Gráficos, produciendo imágenes de una realidad que no existe y que frustra a la mayor parte de la población? ¿Dónde queda entonces la Ética y la sensibilidad como Universitarios? ¿De qué le va a servir a la sociedad que nos ha dado la educación Universitaria que hoy tenemos, que aprendamos a utilizar las herramientas y disciplinas maravillosas que nos permiten aprender a leer las imágenes? ¿A quién debe servir nuestro trabajo?

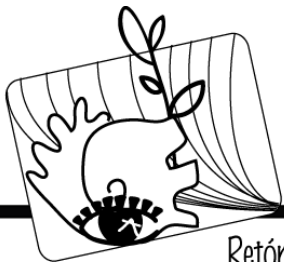


63

Y volvemos, entonces a los principios éticos que deben regir la vida de las y los comunicadores gráficos. En el sentido de la dimensión informativa propagandística es importante precisar que éstos carteles contienen una previa reflexión acerca de las problemáticas sociales a las que nos acercan lo cual nos ayuda, también a ejemplificar que el Diseño Gráfico debe emitir un mensaje profundo, estudiado y con fundamentos válidos para lograr comunicar y persuadir a las y los observadores al tema que ilustra dicho cartel.

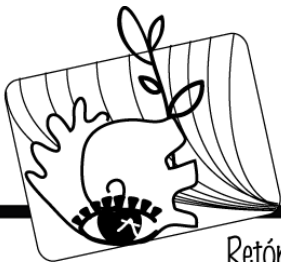
La dimensión social-participativa

En ésta dimensión es necesario referirnos a la ciencia en la cual se basa el sentido del Diseño Gráfico que es la Comunicación. Alguien emite un mensaje, el cual se ve distorsionado por factores a los que se les da el nombre de ruido, después otra persona recibe éste mensaje y lo interpreta según sus experiencias previas y necesidades para responder al emisor, siendo entonces una cadena. En el caso del Diseño Gráfico, difícilmente podemos recibir directamente la respuesta de la gente que observa nuestros Diseños, pero ésta respuesta se da en función a las acciones posteriores por parte de quienes observan. Las representaciones visuales comerciales son el más claro ejemplo de cómo responden las personas ante los mensajes emitidos por las y los Diseñadores empleados de las grandes empresas, frecuentemente vemos que las campañas publicitarias llenan las calles y medios masivos de comunicación y logran que la gente consuma los productos que venden.



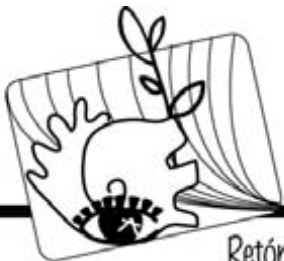
Retórica y Representación visual en el cartel a través de sus diferentes discursos icónicos: una aportación desde el Diseño Gráfico

Retomando el capítulo anterior en el que hacemos referencia al concepto de enajenación vale la pena referir que “Hoy en día, la promoción visual tiene mucha más importancia que la calidad, ya que un producto bien comunicado se vende mejor que un producto bueno” (Ibid.: 120) y es entonces, donde considero que nuestra formación sensible y humana dentro de la Licenciatura es indispensable para definir qué necesita nuestra sociedad y qué nos corresponde hacer para satisfacer esas necesidades. En este sentido pienso que el Diseño Gráfico debe ser una alternativa a los medios masivos de comunicación para las pequeñas empresas, organizaciones civiles y grupos que buscan difundir mensajes diferentes con la finalidad de contribuir a la sociedad invitando a las personas a participar de manera activa en los movimientos cívicos o como es el caso de los ejemplos que contiene éste trabajo, a que las y los miembros de una comunidad acudan a las prácticas que realiza nuestra Universidad en esos espacios que requieren mantenimiento y se realizan actividades culturales y recreativas. Ésta dimensión resulta especialmente importante e interesante porque incita directamente a la gente para que pasen de ser simples espectadores de los mensajes gráficos a generadores y transformadores de su propia realidad, sujetos que deciden conscientemente y reflexionan con la finalidad de escribir la historia siendo parte fundamental de ella.



La finalidad de la Propuesta gráfica que expongo a continuación es la de ejemplificar con series de carteles cada una de las dimensiones que explico en el capítulo anterior. Cada uno de los carteles contiene el análisis de la cadena comunicacional del Diseño además del desglose de cada paso de la Metodología del Diseño Gráfico para llegar a la solución final. La metodología que utilizo está basada en la posición funcionalista de Bruno Munari, la cual se basa en resolver todos los elementos del problema por medio de una organización clara que a su vez deja un espacio de libertad de elegir las técnicas y materiales dependiendo de las necesidades de cada producto gráfico.

Considero que es posible proponer una metodología dependiendo del problema a resolver, pues en el momento de diseñar se presentan situaciones que nos obligan a modificar formas, colores, tipografía, soportes, etc. Y que es importante considerar debido al contexto en el cual nos desenvolvemos, una realidad cambiante e incierta, como Jorge Frascara lo enuncia en su libro “El diseño gráfico para la gente” “...El mejor método debe ser flexible y estar constantemente sujeto a observación crítica y evaluación. Mientras que los métodos sirven para investigar la realidad y para construir acciones que la afectan, deben mantenerse constantemente en el foco de atención del diseñador, nunca siendo adoptados como marco de un proceso de diseño sin enmarcarlos, a su vez, en un contexto crítico que los contenga.” (cit.en Correa: 81) En el caso de estas propuestas de carteles, las necesidades de cada usuario fueron definiendo muchos de los aspectos de cada cartel, por ejemplo, algunas de las ilustraciones fueron diseñadas a computadora



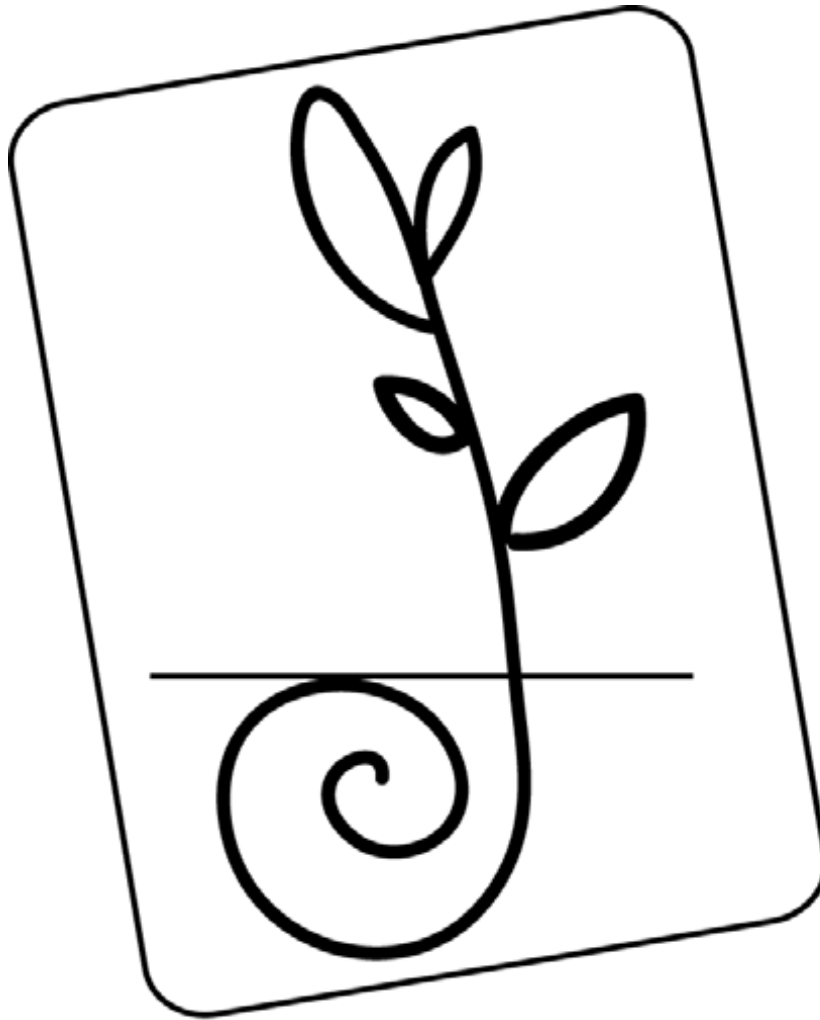


debido a que las personas que recibirían el mensaje eran más jóvenes, acostumbradas e identificadas a ese tipo de imágenes, en el caso opuesto, en el cual realicé las ilustraciones de forma tradicional, era necesaria la calidez de las técnicas de ilustración a mano por el perfil de las personas que iban a recibir el mensaje. En todos los casos, por ser carteles para imprimirse fue necesario trabajar en el modo CMYK y la impresión sería selección de color por medio de un archivo digital.

Para lograr que el diseño sea estético es necesario considerar los elementos formales del diseño y resaltar que es recomendable utilizar retícula en el caso del texto y red para las imágenes. Otra opción de diagramación, como es el caso de las propuestas que presento, es la utilización de una trama.

La cadena comunicacional del Diseño se refiere a la organización por puntos del análisis que se requiere antes de proponer gráficamente una solución, es necesario conocer el problema y sus características principales, el usuario que lo requiere, el perfil y las edades de quienes recibirán el mensaje y profundizar en la información que integra el cartel para después, con una idea clara de todos estos elementos que conforman el mensaje, elaborar la propuesta gráfica comenzando por la lluvia de ideas o bocetaje, que son dibujos rápidos que sirven de base para la elaboración de las pruebas de color, tipografía e ilustraciones.





DIMENSIÓN EDUCATIVA



1. PROBLEMA

NECESIDAD: Serie de carteles en los que se difunda un problema social y alguna forma de solucionarlo.

TEMA A RESOLVER: El número de jóvenes embarazadas continúa incrementándose, y en la mayor parte de estos casos, han sido embarazos no deseados, así como las enfermedades venéreas por falta del uso de preservativos dentro de esta población, lo cual, conlleva a muchos otros problemas sociales como la sobrepoblación, en donde vienen ya implícitos, la contaminación, la falta de empleos, de oportunidades de estudio, el agotamiento de los recursos naturales, y por lo tanto, problemas psicológicos.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Crear una conciencia del problema que se está planteando e incitar a la gente a que utilice los métodos anticonceptivos necesarios para evitar, tanto los embarazos no deseados, como de las enfermedades venéreas. Además de la opción de interrupción del embarazo antes de las 12 semanas de forma segura en el Distrito Federal.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional de Trabajo Social. Sistema de Universidad Abierto.

PATROCINADOR: Compañeras de un equipo del Sistema de Universidad Abierto de la ENTS

PERCEPTOR: Jóvenes mexicanos entre los 15 y los 25 años de edad, estudiantes de secundaria, preparatoria o universidad, de nivel medio que vivan en la zona metropolitana.

PRESUPUESTO: Costo de impresiones.



1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Para ejercer el derecho a escoger libremente el número de hijos que deseamos tener y en qué momento de nuestra vida, es necesario tener conocimiento de los métodos anticonceptivos existentes y de su correcta utilización.

Los métodos anticonceptivos evitan temporarilymente el embarazo. Excepto el profiláctico (o preservativo) masculino y femenino, todos los demás requieren una consulta y asesoramiento médico.

Es muy importante saber que existe una amplia gama de métodos disponibles y todos son, de una u otra forma, buenos y eficaces, aunque no existe un método ideal aceptado universalmente. Cada método anticonceptivo es adecuado para distintos tipos de personas y/o parejas y también depende del momento determinado, pudiendo cambiarlo a lo largo de la vida.

Algunos tienen mayor índice de fallas y otros pueden tener efectos secundarios indeseables. Orientada por el médico, la pareja puede escoger el método que a ella le resulte cómodo y conveniente.

En la tabla que puedes ver a continuación, se ofrece un resumen de los métodos anticonceptivos, señalando su efectividad, las ventajas y los inconvenientes.



Método	Efectividad	Ventajas	Inconvenientes
Preservativo masculino	80-90% Su efectividad es mucho mayor cuando se utiliza con espermicidas.	Fácil de usar y obtener; es barato y brinda una protección muy efectiva contra algunas ETS. Los varones comparten la responsabilidad con sus parejas en la planificación familiar	Algunas parejas se quejan de perder sensibilidad. Necesidad de retirar el pene de la vagina cuando aquel todavía está en erección.
Preservativo femenino	Si se emplea correctamente cercano al 90%	Protege muy eficazmente contra ETS y SIDA. La mujer no depende del varón para cuidarse.	Es complicado colocarlo. No es barato y es difícil de obtener. Necesita un aprendizaje para su correcto empleo.
Diafragma con espermicida	80 – 90%	Sin riesgos para la salud, protege contra el cáncer de cuello de útero.	No es fácil de colocar. No se puede retirar hasta 6 u 8 horas después del coito; debe adaptarlo un médico; algunas mujeres encuentran su uso molesto. Son incómodos de llevar, limpiar y guardar.
Dispositivo Intra Uterino DIU	95-98%	Fácil de usar; no interfiere en el coito. Se coloca una vez y protege por varios años	Debe colocarlo un especialista; puede causar hemorragias leves, infecciones, dolores y trastornos en la regla. Según el modelo hay que cambiarlo cada 3 o 5 años.
Píldora y mini píldora	97-98%	Fácil de usar; no interfiere en el coito; regula los ciclos menstruales; reduce las hemorragias y los dolores de la menstruación.	Debe tomarse todos los días; necesita un control periódico; puede tener efectos secundarios como náuseas o aparición de manchas en la piel durante el período; en fumadoras mayores



			de 35 años: posibles problemas circulatorios.
Coito interrumpido (acabar afuera)	75-80% (si se emplea correctamente)	No necesita preparación previa ni adicional. Los varones comparten la responsabilidad con sus parejas en la planificación familiar.	Interfiere en el acto coital y en el goce; es difícil de emplear con efectividad; posibles efectos secundarios en cuanto a disfunciones sexuales.
Esterilización Femenina y masculina	99.8%	Permanente; no hay riesgos ni efectos secundarios en la salud.	Costo elevado; posible irreversibilidad; después de ser intervenido la posibilidad de tener hijos es casi nula (la reversibilidad es muy compleja, cara y poco efectiva)
Métodos de abstinencia periódica (calendario)	65-85% (sólo en parejas muy disciplinadas que lo empleen correctamente)	No necesita nada más que conocer la fecha de ovulación o saber controlar el muco cervical. Los varones comparten la responsabilidad con sus parejas en la planificación familiar.	Muy difíciles de emplear porque obliga a la pareja a largos períodos de abstinencia; se complica cuando la mujer tiene reglas irregulares.
Espermicidas (espumas, óvulos y jaleas vaginales)	80-90% (combinado con otro método anticonceptivo de barrera mecánica)	Sin riesgos para la salud; protege contra algunas enfermedades de ETS.	Se aplican de 5 a 30 minutos antes del coito; efectivos de 30 a 60 minutos; pueden ser incómodos y molestos.



1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Es muy importante generar curiosidad en los adolescentes para que se puedan interesar en buscar alguna opción para cuidar su salud, en este caso, en el aspecto sexual. Pienso que la forma adecuada de tratar un tema tan delicado como este es con caricaturas o ilustraciones llamativas y colores vivos. Tipografía sencilla pero con colores fuertes que reafirmen el mensaje.

2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas



3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Utilicé imágenes de internet y fotografías para tener una base y poder dibujarlas después en el Programa de Diseño vectorial Illustrator CS2. Los dibujos los realicé retomando algunos de los colores que contenían ya las fotografías para después, con la herramienta de pincel dibujar sobre la imagen de base con la finalidad de obtener una caricatura acorde con las necesidades de cada cartel y tomando en cuenta a las personas a quienes va dirigido el mensaje.

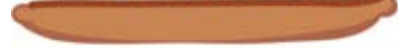
4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA



Si te comes la torta



antes del recreo



PROTÉGETE

Instituto Mexicano
de la Seguridad
05.15.05.05
MISFAM
05.05.05.05
GISE
05.05.05.05
Instituto
05.05.05.05

Instituto Mexicano
de la Seguridad
05.15.05.05
MISFAM
05.05.05.05
GISE
05.05.05.05
Instituto
05.05.05.05

Si te comes la torta



antes del recreo



PROTÉGETE

Instituto Mexicano
de la Seguridad
05.15.05.05
MISFAM
05.05.05.05
GISE
05.05.05.05
Instituto
05.05.05.05

Instituto Mexicano
de la Seguridad
05.15.05.05
MISFAM
05.05.05.05
GISE
05.05.05.05
Instituto
05.05.05.05

Si te comes la torta



antes del recreo



PROTÉGETE

Instituto Mexicano
de la Seguridad
05.15.05.05
MISFAM
05.05.05.05
GISE
05.05.05.05
Instituto
05.05.05.05

Instituto Mexicano
de la Seguridad
05.15.05.05
MISFAM
05.05.05.05
GISE
05.05.05.05
Instituto
05.05.05.05

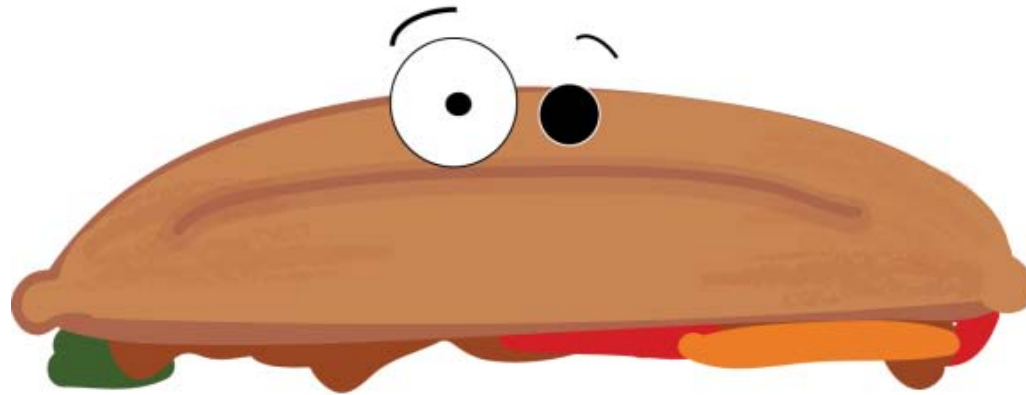




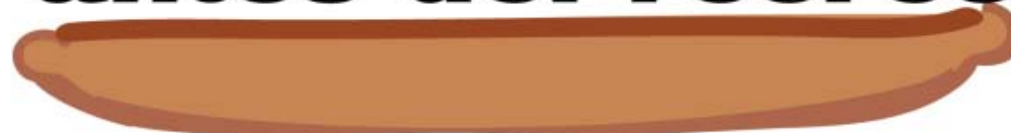
5. Propuestas finales con trama



Si te comes la torta



antes del recreo



PROTÉGETE

Instituto Mexicano
de la Juventud
55.79.44.34

MEXFAM
55.55.55.55

GIRE
23.44.33.44

Inmujer
33.33.33.33

Instituto Mexicano
de la Juventud
55.79.44.34

MEXFAM
55.55.55.55

GIRE
23.44.33.44

Inmujer
33.33.33.33

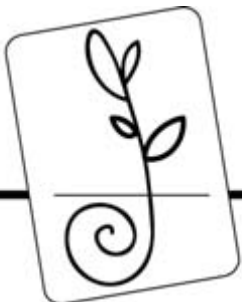




YO DECIDO SOBRE MI CUERPO



En el Distrito Federal
las mujeres
tenemos el derecho
de decidir
interrumpir un embarazo
hasta las 12 semanas
con todos los cuidados
y supervisión médica
que nos merecemos





Cartel:

13° Congreso Mundial de Dermatología.

Argentina 2007

Dra. Gabriela Fernández Arista

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda educativa sobre un problema de salud dermatológica.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel para el Congreso Mundial de Dermatología que se llevará a cabo en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

Dicho cartel contiene un resumen en inglés de la tesis de la Dra. Gabriela Fernández, por lo tanto es necesario hacer énfasis en la jerarquización de los elementos y la legibilidad del texto.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Mostrar un resumen de la tesis de sub-especialidad de la Dermatóloga Gabriela Fernández a partir de un cartel que se exhibirá en un Congreso mundial de Dermatología en Buenos Aires Argentina, por lo tanto debe ser educativo y funcional debido a la cantidad de información que contiene.



1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Dra. Gabriela Fernández

PATROCINADOR: Dra. Gabriela Fernández

PERCEPTOR: Especialistas en Dermatología de distintas partes del mundo.

PRESUPUESTO: Costo de la impresión.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Del 1 al 7 de octubre del 2007

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

La información contenida en el cartel es un resumen en inglés de la tesis de especialidad presentada por la Dermatóloga Gabriela Fernández Arista.

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Es necesario revisar ortografía y redacción del resumen. La Dra. Gabriela cuenta ya con una propuesta que ella realizó en el programa Power Point, por lo tanto será necesario hacer algunas modificaciones de las gráficas que contendrá el cartel.



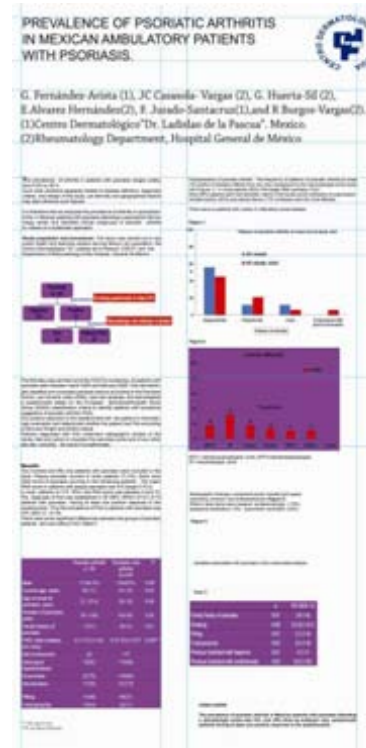
2. Creatividad

2.1. Lluvia de ideas. Se tomó como base la propuesta que la Dra. Gabriela realizó previamente en el programa de Power Point.

4. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

El cartel se realizó en el programa Power Point por la Dra. Gabriela como primer boceto. Después yo lo trabajé en Photoshop con la finalidad de darle una presentación más adecuada y que no tuviera problemas de resolución al imprimirse en el plotter. Se imprimió en plotter en papel couché brillante.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA Con trama





5. Propuesta final

Tipografía: Book Antiqua, Arial y Tahoma.



PREVALENCE OF PSORIATIC ARTHRITIS IN MEXICAN AMBULATORY PATIENTS WITH PSORIASIS.



G. Fernández-Arista (1), JC Casola- Vargas (2), G. Huerta-Sil (2), E.Alvarez Hernández(2), F. Jurado-Santacruz(1),and R Burgos-Vargas(2).
 (1)Centro Dermatológico "Dr. Ladislao de la Pascua". Mexico.
 (2)Rheumatology Department, Hospital General de México

Background: The prevalence of arthritis in patients with psoriasis ranges widely from 0.2% to 20%. Such wide variations appeared related to disease definition, diagnostic criteria, and design of the study, and ethnicity, and geographical factors may also influence such figures.

Objective: We analyzed the prevalence of arthritis in psoriasis patients in Mexican ambulatory patients attending a specialized Dermatology center and identified clinical subgroups of psoriatic arthritis by means of a systematic approach.

Study population and procedures: The study was carried out in two public health and teaching centers serving Mexico city population, the Centro Dermatológico "Dr. Ladislao de la Pascua" (CDLP) and the Department of Rheumatology of the Hospital General de México.



The first step was agreement at the CDLP to screening all patients with psoriasis seen between March 2008 and February 2009. One dermatologist identified and evaluated psoriasis lesions according to the Ferracini Activity and Severity Index (FASI), took skin biopsies, and administered a questionnaire based on the European Spondyloarthropathy Study Group (ESG) classification criteria to identify patients with symptoms suggestive of psoriatic arthritis (PsA). Any positive response to the questionnaire led the patient to rheumatologic evaluation and determined whether the patient had PsA according to Bath and Singh and ESG criteria.

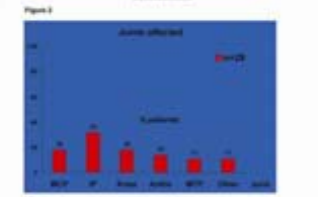
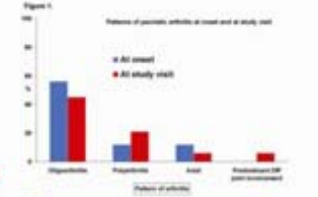
Results: Two hundred and fifty-one patients with psoriasis were included in the study. Psoriasis patients occurred in most patients (71.5%), there were other forms of psoriasis occurring in the remaining patients. The mean FASI score in patients with plaque psoriasis was 5.8 (range 0-10.2). In most patients (90.7%), 90% of the FASI score was between 0 and 10. The degree of PsA was established in 28 (20%), 59% (21.6%) of 12 patients with chronic. Having at least one positive response to the questionnaire. Thus, the prevalence of PsA in patients with psoriasis was 14% (95% CI: 10-18). There were some significant differences between the groups of psoriasis with and without PsA (Table 1).

	Psoriasis with PsA (n=18)	Psoriasis without PsA (n=216)	P
Sex	7 (38.9%)	139 (64.3%)	0.001
Current age (years)	39 (11.1)	40 (13.4)	0.34
Age at onset of psoriasis, years	31 (16.7)	31 (14.3)	0.36
Duration of psoriasis, years	11 (1.0)	10 (3.6)	0.10
Family history of psoriasis	14 (77.8%)	101 (46.8%)	0.01
HLA-B*57:01 carrier	9 (11.1%)	101 (46.8%)	0.001
HLA-B*57:03 carrier	20 (11.1%)	110 (50.9%)	0.001
Subgroup	14 (77.8%)	119 (55.1%)	
Psoriasis type	22 (77.8%)	188 (86.6%)	
Psoriasis extent	1 (5.6%)	12 (5.6%)	
HLA-B*57:01 carrier	14 (77.8%)	101 (46.8%)	
HLA-B*57:03 carrier	20 (11.1%)	110 (50.9%)	

* All cases met
 ** P < 0.001

Characteristics of psoriatic arthritis: The frequency of patterns of psoriatic arthritis at onset (18 months of disease) differed from the ones recognized by the rheumatologist in the study and (Figure 1). In most patients (83%) that began after psoriasis (72%) New (20%) patients could not describe exactly the factors which led to the onset of psoriatic arthritis (20%) and psoriasis (14%) arthritis were the most affected.

There were no patients with axi-axial or inflammatory bowel disease.



DIP: metatarsophalangeal joints; WIP:metatarsophalangeal; IP: interphalangeal joints

Radiographic findings in psoriatic joints included joint space narrowing, erosions, and ankylosis (Figure 3). While in some joints were marginal symmetries (12%), proximal interphalangeal (1%), ulnar styloid (3%),

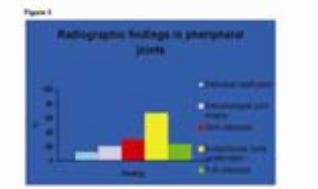


Table 2: Relative prevalence of joint disease in the metatarsal analysis

	n	OR (95% CI)
Joint history of psoriasis	0/0	2.8 (1-)
Smoking	0/0	0.1 (0-1.0)
HLA-B*57:01	0/0	2.2 (1-)
HLA-B*57:03	0/0	2.2 (1-)
Psoriasis without HLA-B*57:01	0/0	0.1 (0-)
Psoriasis without HLA-B*57:03	0/0	0.1 (0-)

CONCLUSIONS: The prevalence of psoriatic arthritis in Mexican patients with psoriasis attending a dermatology center was 14% and 46% when we analyzed only asymptomatic patients having at least one positive response to the questionnaire.

Cartel:

Regionalización

Escuela Nacional de Trabajo Social.

Universidad Nacional Autónoma de México

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda educativa que contenga información referente a la discapacidad motriz.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel para la un grupo de la Escuela Nacional de Trabajo Social de la UNAM con la finalidad de dar a conocer los datos que las estudiantes de la materia de Regionalización lograron recabar a partir de una investigación acerca de la discapacidad motriz en las colonias de más alta marginalidad de la Unidad Territorial Paraje San Juan en Iztapalapa.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Dar a conocer la investigación de las estudiantes de la Escuela Nacional de Trabajo Social sobre la discapacidad motriz, por medio de un cartel que sirva como material didáctico para el momento en que se exponga el tema en el Auditorio de la ENTS.





1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO:

Verónica Becerril Álvarez
Luisa Sofía García Orozco
Rebeca Téllez García
Mariana Farías González
Margarita Rivera Guevara
Ivonne Suárez Jiménez
Adriana Márquez Huitrón
Gabriela Vicario Medina
Alma Ortiz Méndez
Marysol Cabrero Morel
Rocío Rivera Patrón
Sylvia Gallegos Zanella
Irene Montes de Oca Rosales
Aurelia Gloria Benhumea Sáenz

PATROCINADORAS:

Verónica Becerril Álvarez
Luisa Sofía García Orozco
Rebeca Téllez García
Mariana Farías González
Margarita Rivera Guevara
Ivonne Suárez Jiménez
Adriana Márquez Huitrón
Gabriela Vicario Medina
Alma Ortiz Méndez
Marysol Cabrero Morel
Rocío Rivera Patrón
Sylvia Gallegos Zanella
Irene Montes de Oca Rosales
Aurelia Gloria Benhumea Sáenz





PERCEPTOR: Estudiantes, Personal docente y comunidad de la Escuela Nacional de Trabajo Social en Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México.

PRESUPUESTO: Costo de la impresión.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Del 1 al 7 de octubre del 2007

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Las compañeras de la Escuela Nacional de Trabajo Social me proporcionaron una presentación en Power Point que ellas prepararon para la presentación del cartel donde se encuentra la información y datos específicos de su investigación acerca de la discapacidad motriz en un área que ellas determinaron para hacer dicho estudio, además recibí algunas sugerencias de su parte.

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

El cartel va a funcionar como material didáctico para la exposición de las compañeras de la ENTS y también se quedará en esta escuela en una exhibición sobre los trabajos de los demás compañeros de esta materia, por lo tanto será necesario un diseño óptimo para la lograr legibilidad y que resulte atractivo.



2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas. Las compañeras de la ENTS me proporcionaron los mapas y una fotografía que propusieron para el cartel.





3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Se utilizó un mapa que les proporcionaron en la Unidad Territorial donde hicieron su investigación, fue necesario retocarlo en el programa de edición de imágenes Photoshop CS2 y generar contraste con la finalidad de que se pudiera identificar más fácilmente el sitio del cual obtuvieron los datos estadísticos del tema para el cartel. Elaboré dicho cartel en el programa de Illustrator CS. Fue impreso en papel couché brillante en plotter con el archivo digital.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

La exclusión de los discapacitados a la educación, servicios públicos y a los mercados laborales los conduce a una mayor discapacidad. Es necesaria la creación de redes que sirvan de puentes entre ellos y las instituciones correspondientes.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL SUAD

PRÁCTICA REGIONAL 1
Regionalización de discapacidad motriz en las colonias de más alta marginación de la unidad territorial Paraje San Juan, Iztapalapa, D.F.

Subdelegación Paraje San Juan	1450 discapacitados
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Norte	454
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Sur	349
Mixcoatl	53
Lomas de Santa Cruz Meyehualco	92
Triángulo	20
San José Buenavista	130
Polvorilla	150
Buenavista	142

La exclusión de los discapacitados a la educación, servicios públicos y a los mercados laborales los conduce a una mayor discapacidad. Es necesaria la creación de redes que sirvan de puentes entre ellos y las instituciones correspondientes.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL SUAD

PRÁCTICA REGIONAL 1
Regionalización de discapacidad motriz en las colonias de más alta marginación de la unidad territorial Paraje San Juan, Iztapalapa, D.F.

Subdelegación Paraje San Juan	1450 discapacitados
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Norte	454
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Sur	349
Mixcoatl	53
Lomas de Santa Cruz Meyehualco	92
Triángulo	20
San José Buenavista	130
Polvorilla	150
Buenavista	142

La exclusión de los discapacitados a la educación, servicios públicos y mercados laborales, los conduce a una mayor discapacidad. Es necesaria la creación de redes que sirvan de puentes entre ellos y las instituciones correspondientes.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL SUAD

PRÁCTICA REGIONAL 1
Regionalización de discapacidad motriz en las colonias de más alta marginación de la unidad territorial Paraje San Juan, Iztapalapa, D.F.

Subdelegación Paraje San Juan	1450 discapacitados
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Norte	454
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Sur	349
Mixcoatl	53
Lomas de Santa Cruz Meyehualco	92
Triángulo	20
San José Buenavista	130
Polvorilla	150
Buenavista	142



La exclusión de los discapacitados a la educación, servicios públicos y mercados laborales, los conduce a una mayor discapacidad;

Es necesaria la creación de redes que sirvan de puentes entre ellos y las instituciones correspondientes.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL SUAD

PRÁCTICA REGIONAL 1

Regionalización de discapacidad motriz en las colonias de más alta marginación de la unidad territorial Paraje San Juan, Iztapalapa, D. F.



Subdelegación Paraje San Juan 1450 discapacitados

Profesora:

Bertha Rivera Vasela

Grupo: 9316

Veronica Becerra Álvarez

Rebeca Téllez García

Mariana Farías González

Margarita Rivera Guayana

Ivonne Suárez Jiménez

Adriana Márquez Huilón

Alma Angélica Ortiz Méndez

Marysol Cabrero Morel

Rocio Violeta Rivera Patrón

Gabriela Vicario Medina

Ma. Luisa Sofía García Denzco

Irene Morales de Oca Rosales

Asunela Gloria Berhumea Sáenz

Sylvia Margarita Gallegos Zanella

Desarrollo urbano Quetzalcoatl Norte 454

Desarrollo urbano Quetzalcoatl Sur 349

Mixcoatl 53

Lomas de Santa Cruz Meyehualco 92

Triángulo 20

San José Buenavista 130

Polvorilla 150

Buenavista 142



La exclusión de los discapacitados a la educación, servicios públicos y mercados laborales, los conduce a una mayor discapacidad;

Es necesaria la creación de redes que sirvan de puentes entre ellos y las instituciones correspondientes.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL SUAD

PRÁCTICA REGIONAL 1

Regionalización de discapacidad motriz en las colonias de más alta marginación de la unidad territorial Paraje San Juan, Iztapalapa, D.F.



Subdelegación Paraje San Juan 1450 discapacitados

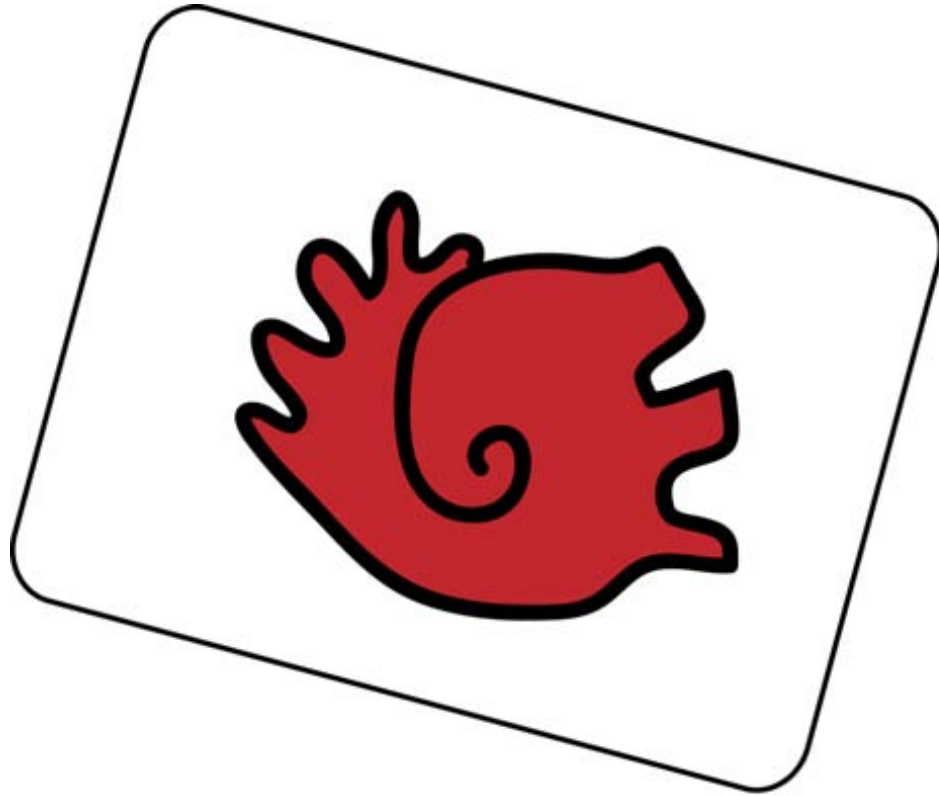
Profesora:
Bertha Rivera Varela

Grupo: 9316

Veronica Becerril Álvarez
Rebeca Téllez García
Mariana Farías González
Margarita Rivera Guevara
Ivonne Suárez Jiménez
Adriana Márquez Hufrón
Alma Angelica Ortiz Méndez
Marysol Cabrero Morel
Rocío Violeta Rivera Patrón
Gabriela Vicario Medina
Ma. Luisa Sofía García Orozco
Irene Montes de Oca Rosales
Aurelia Gloria Benhumea Sáenz
Sylvia Margarita Gallegos Zanella

Desarrollo urbano Quetzalcoatl Norte	454
Desarrollo urbano Quetzalcoatl Sur	349
Mixcoatl	53
Lomas de Santa Cruz Meyehualco	92
Triángulo	20
San José Buenavista	130
Polvorilla	150
Buenavista	142





Dimensión cultural-artística

Cartel:

En paz espante

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda cultural-artística con el tema del día de muertos.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel con el tema “a la muerte, con una sonrisa”

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: A partir del tema, elaborar un cartel para rescatar algunas frases y símbolos populares mexicanos sobre la muerte para participar en el concurso “A la muerte con una sonrisa” que organiza el Museo Mexicano de Diseño.

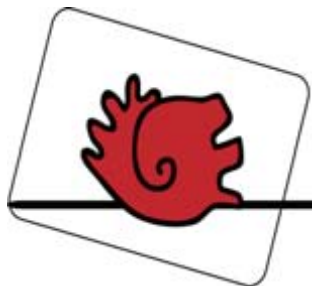
1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Concurso de cartel “A la muerte con una sonrisa” del Museo Mexicano de Diseño.

PATROCINADOR: Tania López Montes de Oca

PERCEPTOR: Diseñadores que conformen el jurado del concurso.

PRESUPUESTO: Costo de la digitalización del cartel e impresiones de sobre y portada del disco.

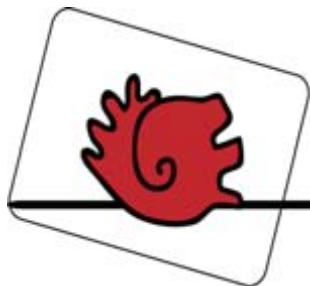


1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Encontré la convocatoria al concurso en la página web. www.mumedi.org.mx en la cual se especificaban algunos aspectos que tomarían en cuenta para juzgar los carteles. Dentro de los requisitos se indicaba que los trabajos debían estar diseñados en el programa Photoshop y las especificaciones técnicas eran que se trabajara en el modo de color CMYK a 300 dpi. Se indicaba también el tema “A la muerte con una sonrisa” y la forma de entrega era digital en un disco compacto, además de la ficha de inscripción con datos personales y de los carteles.

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

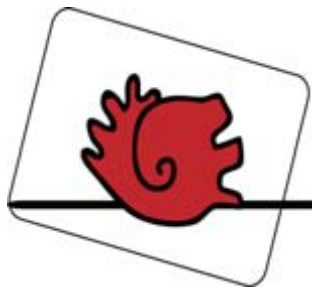
Considero que un aspecto muy importante del Diseño Gráfico es que quienes nos dedicamos a esto debemos conocer y acercarnos a muchas de las manifestaciones de nuestra cultura y de nuestro pueblo para conocer a quienes recibirán el mensaje. En este caso de los carteles para ilustrar la frase “a la muerte con una sonrisa”, Pensé en el ambiente que describe el cantautor mexicano Chava Flores en su canción “cerró sus ojitos Cleto” y en las frases que se dicen después de haber vivido el duelo de haber perdido a algún ser querido. Pienso que es como negar que la gente desaparece al morir y que algo que se desea es que esas personas sigan por ahí, nos acompañen y “en paz espanten”.



Inicialmente, en la etapa de bocetaje se experimenta con las primeras ideas, en este caso pensé una fotografía de una persona muy asustada o gritando y en resaltar algún elemento importante de su rostro, pero después pensé que era muy obvio y era necesario llenar el diseño de un concepto más profundo.

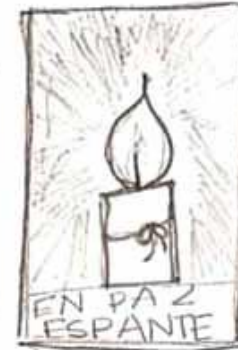
Me parece que es necesario difundir la creatividad que surge en las calles de la ciudad y muchas veces caminamos sin darnos cuenta de los símbolos que vamos encontrando a nuestro paso, por ejemplo los moños negros en las puertas que indican que en ese lugar falleció alguien que vivía ahí. Decidí que de esta forma estaba reforzando la idea del rescate de símbolos “coloquiales” relacionados con la muerte. Tomé la fotografía dentro de un edificio de departamentos de interés social por la simplicidad y los colores pálidos de la puerta donde encontré el moño negro, además de que es un listón que ha perdido su color por el tiempo que ha permanecido ahí a la intemperie.

Para enfatizar el significado del cartel, utilicé fondo blanco con una sección de la fotografía, solamente la parte donde se encuentra el moño, el marco de la puerta y un cable que refuerza la idea de lo popular en el cartel y la frase en la parte inferior en letras negras y con una tipografía que permite pensar que alguno de los familiares de la persona que falleció escribió ese mensaje, como una forma de acercar al receptor al cartel para que lo pueda hacer suyo.



2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.

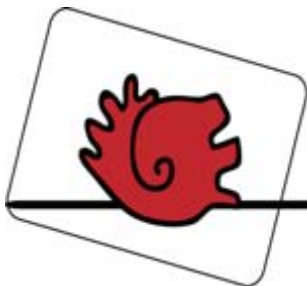
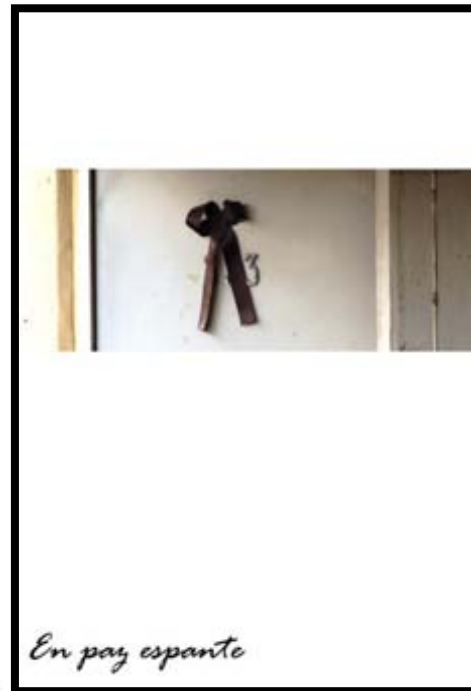


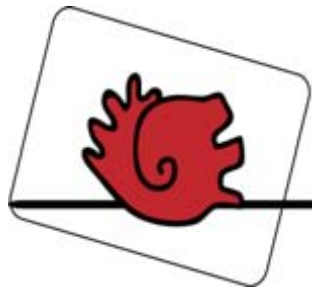
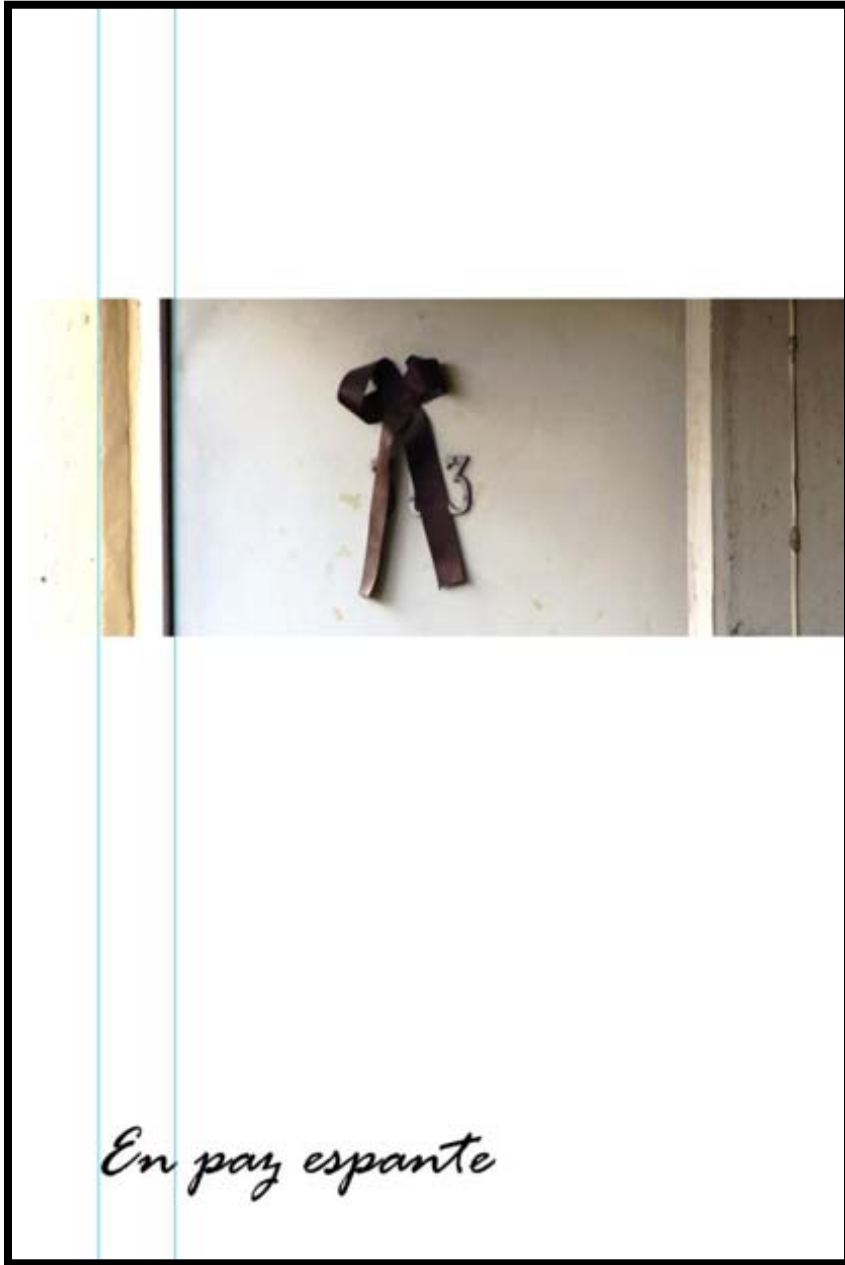
4. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Programa Photoshop CS.

La fotografía fue manipulada con la herramienta de clonación para borrar una etiqueta que está pegada en la puerta, modifiqué las curvas de color para lograr nitidez y agregué algunos filtros artísticos con la finalidad de dar una sensación de calidez a la fotografía y corté la parte que necesitaba para la composición final. Para la entrega guardé el cartel en un disco e imprimí el cartel como portada.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

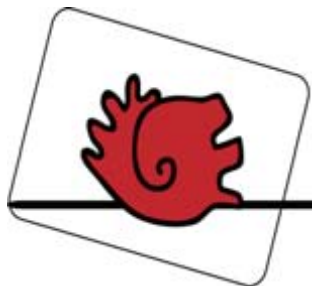






5. Propuesta final

Tipografía: Rage Italic



Cartel:

La tía de las muchachas

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda cultural-artística con el tema del día de muertos.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel con el tema “a la muerte, con una sonrisa”

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: A partir del tema, elaborar un cartel para rescatar algunas frases y símbolos populares mexicanos sobre la muerte.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

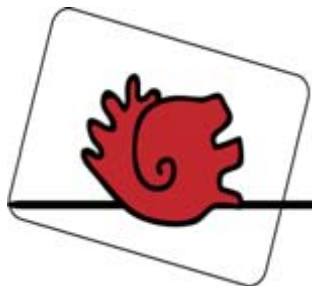
CLIENTE/USUARIO: Concurso de cartel “A la muerte con una sonrisa” del Museo Mexicano de Diseño.

PATROCINADOR: Tania López Montes de Oca

PERCEPTOR: Diseñadores que conformen el jurado del concurso.

PRESUPUESTO: Costo de la digitalización del cartel e impresiones de sobre y portada del disco.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Definida en la convocatoria. Depende de los resultados del concurso.

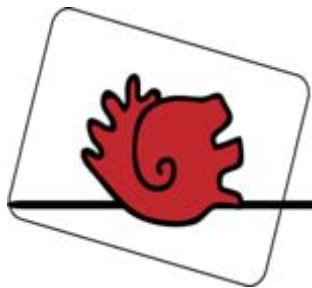


1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Convocatoria al concurso en www.mumedi.org.mx

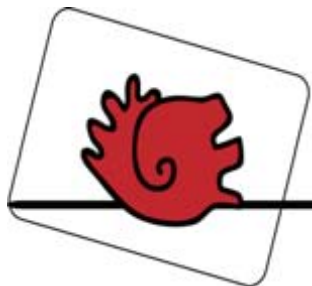
1.5. ANÁLISIS DE DATOS

“A la muerte con una sonrisa” me llevó a pensar en las frases populares mexicanas y en lo interesante del fenómeno social relacionado con la muerte. Coloquialmente se dice que “el mexicano” tiene la capacidad de burlarse de la muerte, por ejemplo inventando frases para disfrazar un poco el sentimiento solemne hacia el final inevitable y misterioso de nuestra vida y el miedo que se le tiene a esa figura esbelta y femenina llamada muerte. Visualmente tenemos la capacidad de reconocerla como parte de nuestra cultura y de nuestro arte gracias a José Guadalupe Posada y otros artistas que se dedicaron a representar a la muerte como alguien que puede estar parada junto a nosotros en la Alameda Central o bailando con los políticos representando también a la decadente justicia mexicana. Lo cual me hace reflexionar sobre el doble sentido que también es característica importante de nuestra cultura y un elemento visual que me parece muy interesante es la “santa muerte”, símbolo con el cual se identifican grupos muy específicos como prostitutas, narcotraficantes y asaltantes. Pensé en el doble sentido que puede tener una frase común para hablar sobre la muerte “la tía de las muchachas” y las prostitutas, por lo tanto era necesario buscar una imagen muy impactante para generar contraste.



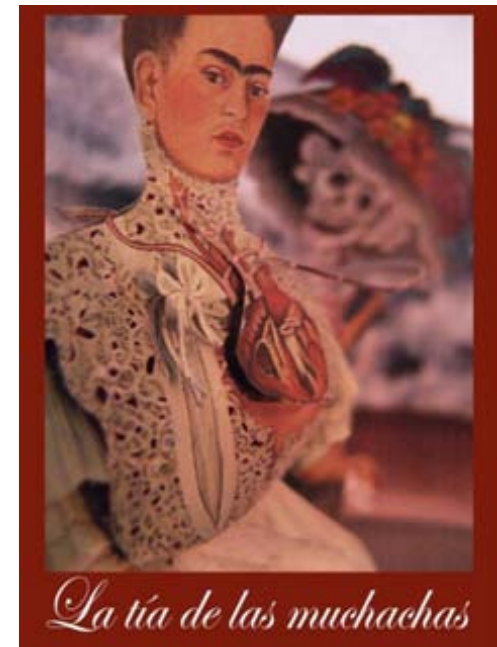
Considero que la fotografía es un elemento importante dentro del Diseño Gráfico con el cual lograr este tipo de contrastes resulta interesante. En este caso, tomé la fotografía en un altar que se encuentra en una de las colonias más peligrosas de la ciudad, es un esqueleto humano al cual visten de distintas formas a lo largo del año, en esa ocasión tenía puesto un vestido de novia y me pareció ideal para ejemplificar la frase “la tía de las muchachas”, manipulé la imagen en el programa Photoshop con la finalidad de lograr mayor nitidez y calidez, utilicé un filtro para fotografía color rojo y modifiqué las curvas de la imagen para lograr la claridad que necesitaba esta fotografía.

Para generar el contraste que necesitaba utilicé un fondo de color negro y letras blancas, colores que tienen relación con la solemnidad de la muerte y en este caso, con la fotografía. Teniendo una imagen tan fuerte, era necesario equilibrar el cartel con tipografía también pesada y con detalles en los patines de las letras que relacionaran el texto con el tul del vestido de novia.



2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.



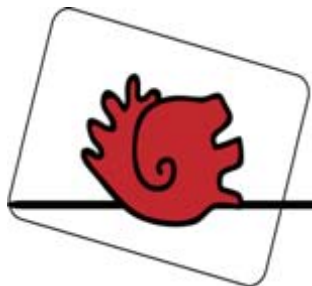
La tía de las muchachas

3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

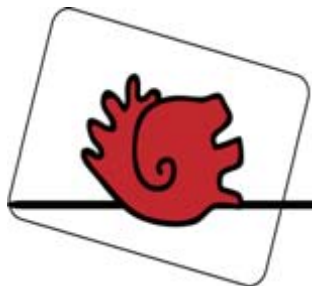
Tomé una fotografía digital con luz natural.

Resolución de 300 dpi y modificada en Photoshop CS con la herramienta de curvas, filtros artísticos y filtro rojo para que la imagen fuera menos impactante y un poco cálida. Utilicé la herramienta de clonación para borrar un anuncio que se encontraba detrás de la imagen principal en la fotografía.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

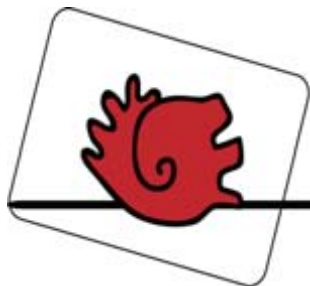


5. Propuesta final con trama



6. Propuesta final

Tipografía: Playbill



Cartel:

Por mi raza

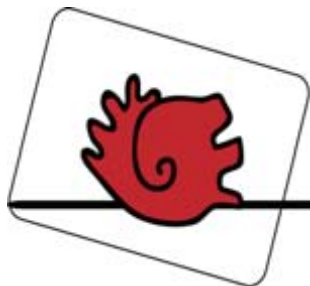
1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda cultural-artística referente a la Universidad Nacional Autónoma de México.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel con un punto de vista crítico acerca de la Universidad Nacional Autónoma de México para resaltar el papel que como universitarios y universitarias tenemos ante la sociedad.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Lograr identificación por parte de las y los compañeros universitarios con la finalidad de recordar que debemos estudiar para compartir y regresar los frutos a la sociedad mexicana, que finalmente, son ellos quienes pagan nuestra educación, “Por mi raza hablará el espíritu” haciendo énfasis en “Por mi raza” es la mejor forma de expresar lo que debemos ser como universitarios comprometidos con el pueblo.



1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Universidad Nacional Autónoma de México

PATROCINADOR: Tania López Montes de Oca

PERCEPTOR: Comunidad universitaria de la UNAM.

PRESUPUESTO: Costo de impresiones.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Atemporal

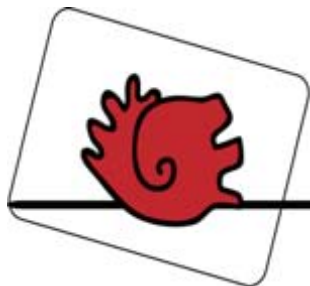
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Plan de Desarrollo (2005 - 2009) - Fortalecimiento de la Cultura Institucional

10. Fortalecimiento de la Cultura Institucional.

Objetivo estratégico

Reforzar el sentido de pertenencia, arraigo e identidad universitaria que propicie la convivencia, el compromiso, el respeto y la solidaridad entre la comunidad.



10.1 Inducción a la FES Acatlán

Objetivo: Fortalecer los mecanismos de inducción a la FES Acatlán con el fin de que los estudiantes conozcan y se identifiquen con el plantel y con la UNAM.

Líneas de acción:

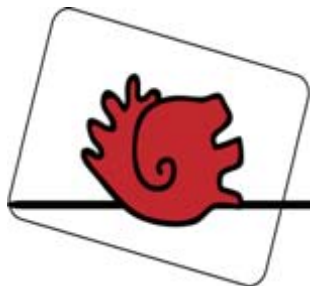
- 10.1.1 Difundir la visión, la misión, los valores y la normatividad de la Facultad y de la Universidad.
- 10.1.2 Fortalecer los programas académico-culturales de inducción a la Universidad para el alumnado de nuevo ingreso.
- 10.1.3 Diseñar estrategias que fortalezcan el sentido de identidad y orgullo universitarios entre la comunidad.

10.2 Valores universitarios, normas y símbolos de identidad

Objetivo: Difundir, fomentar y preservar entre la comunidad, los valores, normas y símbolos de identidad que dan fundamento a la vida universitaria y propician el orgullo, espíritu de pertenencia y compromiso con la Facultad y con la UNAM.

Líneas de acción:

- 10.2.1 Fortalecer mecanismos de difusión de normas, símbolos y valores universitarios.
- 10.2.2 Cuidar que la vida universitaria se rija por las normas y los valores universitarios.
- 10.2.3 Fortalecer las actividades y los medios para la difusión de los símbolos de identidad de la FES Acatlán.
- 10.2.4 Realizar campañas permanentes que fomenten el respeto, el buen uso y conservación del patrimonio universitario.



10.3 Presencia de Acatlán

Objetivo: Reconocer y difundir los logros obtenidos por los integrantes de la comunidad de la FES Acatlán y por la Institución.

Líneas de acción:

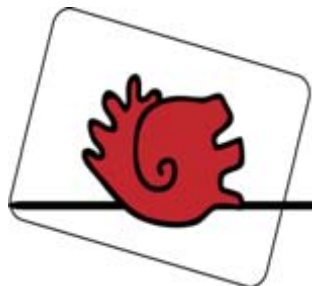
- 10.3.1 Estrechar los vínculos con los medios informativos.
- 10.3.2 Ampliar y diversificar la comunicación interna.
- 10.3.3 Rediseñar y ampliar los medios de información de la FES Acatlán.
- 10.3.4 Efectuar campaña de comunicación interna para impulsar programas y proyectos y prevenir o solucionar problemas.
- 10.3.5 Difundir sistemáticamente las actividades, procesos y logros de la Facultad por distintos medios y a diferentes públicos.
- 10.3.6 Elaborar análisis acerca del clima laboral.
- 10.3.7 Enriquecer la memoria institucional.

10.4 Facultad digna

Objetivo: Fomentar la cultura de preservación y respeto de la infraestructura de la Facultad.

Líneas de acción:

- 10.4.1 Desarrollar campañas permanentes para mejorar la participación de la comunidad en las condiciones de higiene y seguridad de las instalaciones en general.
- 10.4.2 Diseñar e implementar una campaña de concientización para un mejor uso de las instalaciones y ahorro de energía.



- 10.4.3 Crear campañas para sensibilizar a la comunidad sobre el uso adecuado del mobiliario y equipo.
- 10.4.4 Fomentar la cultura de la prevención y la corresponsabilidad.
- 10.4.5 Exhortar a la comunidad para que participe en las campañas de mejora del plantel.

---<http://www.acatlan.unam.mx/campus/87/>

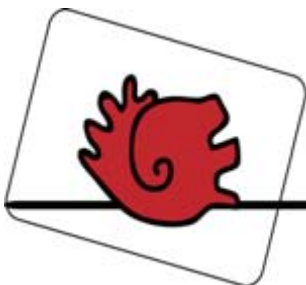
José Vasconcelos

A 120 años de su natalicio

Por mi raza hablará el espíritu

Filósofo, abogado, escritor, político, historiador y educador, José Vasconcelos es una de las personalidades con mayor influencia en la conformación del México moderno.

Nació el 27 de febrero de 1882, en Oaxaca y falleció, en la ciudad de México, el 30 de junio de 1959.



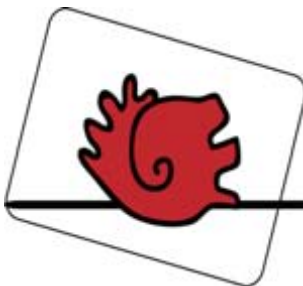
Su infancia la vivió en la frontera, al grado que sus estudios iniciales los realizó en la comunidad fronteriza de *Eagle Pass*, Texas. Debido al trabajo del padre, la familia de Vasconcelos vivió en Piedras Negras, Campeche, Toluca y la Capital, donde ingresó a la Escuela Nacional Preparatoria y después a la Escuela de Jurisprudencia para concluir sus estudios como abogado. A continuación, les ofrecemos una breve semblanza de la vida y obra de este ilustre mexicano. Biografía reducida y dividida en cuatro segmentos: el educador, el Político, el escritor y el filósofo.

El educador

Fundador del Ateneo de la Juventud, institución que presidió (1909-1912) y renombró bajo el denominativo de Ateneo de México, Vasconcelos inició su labor como educador que lo llevaría a ser Director de la Escuela Nacional Preparatoria (ENP) durante el régimen de Francisco I. Madero, Rector de la Universidad Nacional (1920-1921), Secretario de Educación Pública con Obregón (1921-1924), y Director de la Biblioteca Nacional (1941-1947).

En el Ateneo y bajo su administración edificó la Universidad Popular Mexicana (1912-1920), dependencia con la misión social de educar mediante conferencias, conciertos etcétera, a los adultos, pero principalmente a los obreros. A esta Universidad, Vasconcelos le impuso una mística educativa orientada hacia el pueblo, rasgo también latente en su rectoría en la Universidad Nacional.

Fue designado como Director de la ENP, en dos ocasiones; primero durante el gobierno de Madero, y después con Carranza, a quien por cierto, criticó severamente; apreciaciones que le valieron una orden de

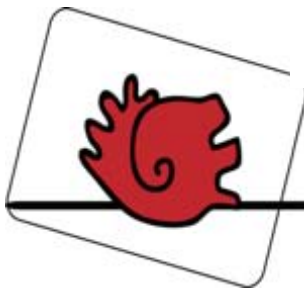


aprehensión y posterior exilio en EUA.

Vasconcelos regresó al país, fue nombrado Rector de la Universidad Nacional de México, conocida entonces como Departamento Universitario y de Bellas Artes, el 9 de junio de 1920. Durante su rectorado, organizó un programa editorial que comprendía sobre todo la divulgación de los autores clásicos hacia amplias capas de la sociedad, y se adoptó el escudo actual de nuestra universidad, de cuyo lema es el autor.

*El lema que anima a la Universidad Nacional, **Por mi raza hablará el espíritu**, revela la vocación humanística con la que fue concebida. El autor de esta célebre frase, José Vasconcelos, asumió la rectoría en 1920, en una época en que las esperanzas de la Revolución aún estaban vivas, había una gran fe en la Patria y el ánimo redentor se extendía en el ambiente. Se "significa en este lema la convicción de que la raza nuestra elaborará una cultura de tendencias nuevas, de esencia espiritual y libérrima", explicó el "Maestro de América" al presentar la propuesta. Más tarde, precisaría: "Imaginé así el escudo universitario que presenté al Consejo, toscamente y con una leyenda: Por mi raza hablará el espíritu, pretendiendo significar que despertábamos de una larga noche de opresión".*

(...)Durante su rectorado, José Vasconcelos dotó a la Universidad de su actual escudo en el cual el águila mexicana y el cóndor andino, cual ave bicéfala, protegen el despliegue del mapa de América Latina, desde la frontera norte de México hasta el Cabo de Hornos, plasmando la unificación de los iberoamericanos: "Nuestro continente nuevo y antiguo, predestinado a contener una raza quinta, la raza cósmica, en la cual se fundirán las dispersas y se consumará la unidad".



Tomado de: Lema y Escudo de la UNAM.

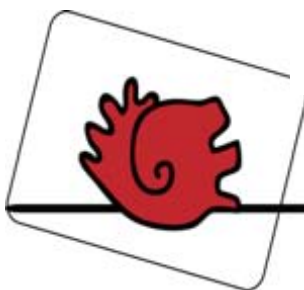
<http://dragon.dgsca.unam.mx/rectoria/htm/lema.html>

<http://dragon.dgsca.unam.mx/rectoria/htm/escudo.html>

Con el presidente Álvaro Obregón, fue Secretario de Educación Pública, desde donde dio un fuerte impulso a la educación, en todos los órdenes. En beneficio de los sectores populares, organizó la primera campaña contra el analfabetismo de que se tiene memoria en México, implantó las misiones culturales y abrió bibliotecas. En el ámbito de las artes, apoyó a artistas destacados y fomentó la pintura mural mexicana a través de contratos con pintores como Diego Rivera, José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros y Roberto Montenegro. De este tiempo datan las decoraciones murales que hasta la fecha adornan algunos edificios públicos.

Al mismo tiempo, organizó la Secretaría en tres departamentos: Escolar, de Bellas Artes y de Bibliotecas y Archivos. Creó el primer sistema de bibliotecas, entre las cuales destacan la Populares, destinadas a obreros y público en general; con el objetivo de ofrecerles libros que sirvieran de complemento a sus labores; las Escolares, como complemento de la educación; que debían llegar, según los objetivos de Vasconcelos a los más apartados rincones.

Editó una serie de clásicos de la literatura universal, la revista *El Maestro* y el semanario *La Antorcha*; invitó a trabajar en el país a los educadores Gabriela Mistral y Pedro Henríquez Ureña; impulsó la escuela y las misiones

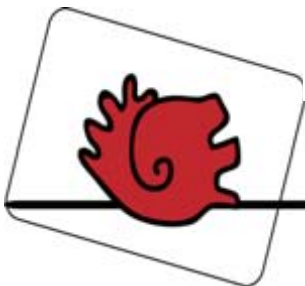


rurales, creó la Orquesta Sinfónica Nacional e hizo surgir escuelas de pintura al aire libre; todo esto bajo el empeño de ofrecer a México la ruta que lo elevara al rango de país civilizado y culto, por lo que es considerado el arquitecto de la educación nacional. Después de un nuevo y largo período de destierro, regresó al país en 1940. 2 de mayo del siguiente año fue nombrado el Director de la Biblioteca Nacional. En este puesto Vasconcelos retomó los planes de reorganización de sus antecesores y se esforzó por mantener la tarea de difusión de la institución. Una de sus labores importantes, fue el traslado, a la ex iglesia de San Pedro y San Pablo, de los materiales de la Hemeroteca Nacional.

En resumen, Vasconcelos en su filosofía como educador propone:

- 1.- Sentir la cultura mestiza como base del concepto de mexicanidad.
- 2.- Mexicanizar el saber, es decir, hacer objeto de estudio la antropología y el medio natural del país.
- 3.- Hacer de Latinoamérica el centro de una gran síntesis humana.
- 4.- Emplear el sentido del servicio y amor fraterno del ser humano como medio de ayuda a los más desprotegidos, y
- 5.- Valerse del industrialismo -como simple medio, nunca como un fin- para promover el progreso de la nación.

José Vasconcelos hombre de convicciones, renunció en 1924 a la Secretaría de Educación, al estar desacuerdo con la elección del candidato Plutarco Elías Calles a la Presidencia de la República.



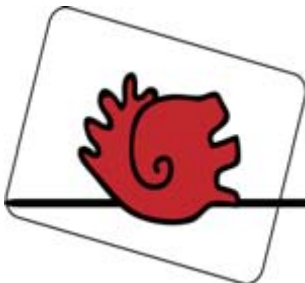
El político

La figura de Vasconcelos es recordada por su profunda influencia en el México moderno. Su participación en la vida política del país, coincide con momentos históricos fundamentales en la conformación de nuestra identidad nacional.

Y ya de cepa la ideología de Don José, estaba predeterminada. Los abuelos maternos, distinguidos liberales oaxaqueños, dieron refugio a Porfirio Díaz en 1857, en la comunidad de Tlaxiaco, detalle que después sería cuestionado en el imaginario del joven Vasconcelos ante la dictadura porfirista.

Abogado exitoso, Vasconcelos trabajó en su juventud, representando a compañías norteamericanas, hasta que iniciado el proceso revolucionario fundó junto con Gustavo y Francisco I. Madero, Filomeno Mata, Roque Estrada, Félix Palavicini, Luis Cabrera, entre otros; el Centro Antirreeleccionista, en 1909, bajo el lema "Sufragio efectivo no reelección" expresión que se presume de su autoría y que sería pilar en la lucha contra el régimen de Díaz. Por aquella época, editó al lado de Palavicini, el periódico *El antirreeleccionista*, por diversos artículos ahí publicados fue presa de persecuciones, las cuales motivaron su primer exilio; estableciéndose en Nueva York, donde fungió como agente confidencial de Madero en Washington hasta la caída de Porfirio Díaz.

Después del derrocamiento de Don Porfirio, regresó a México y se convirtió en el intelectual del maderismo, defendiéndolo a través de la prensa. Con el paso de la Historia, los revolucionarios proclives a Madero, fueron sustituidos por huertistas, villistas, carrancistas, zapatistas, etcétera.



Con Carranza, Vasconcelos también trabajó como agente confidencial, esta vez ante gobiernos europeos, como el francés y el inglés, pero de regreso en México y ante algunas críticas que vertió sobre el proceder de Venustiano Carranza, éste último ordenó orden de arresto contra él, lo que redundó en un nuevo exilio.

En 1920 ofreció su respaldo al Plan de Agua Prieta, aunque "*Vasconcelos jamás apoyó a Victoriano Huerta; pero sus ataques resultaron blandos y casi amistosos en comparación con los que lanzaría contra Carranza, Calles, Cárdenas*". (Blanco, José Joaquín. *Se llamaba Vasconcelos*. FCE. México. 1996. pp. 61) Ese mismo año, Huerta lo nombró Jefe del Departamento Universitario y de Bellas Artes.

Después de su renuncia a la Secretaría de Educación, en 1924, Vasconcelos fue candidato al gobierno del Estado de Oaxaca, perdió y se volvió a alejar del país. Regresó en 1928 y en 1929 fue postulado a la Presidencia de la República por el Partido Nacional Antireeleccionista. Ganó la simpatía popular; sobresaliendo el apoyo estudiantil, sin embargo, el triunfo fue para el candidato oficial Pascual Ortiz Rubio, en una de las primeras sombras de fraude electoral documentadas en México. En diciembre de ese año, José Vasconcelos proclamó en Sonora el Plan de Guaymas, que le valió la cárcel. Tras recuperar la libertad, volvió a exiliarse en tierras europeas.

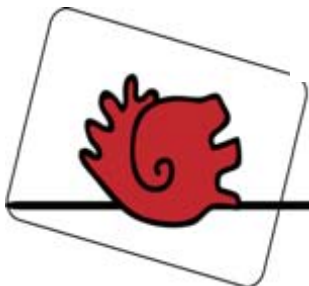


El escritor*

Escritor y como tal, de la estirpe de los recios, sólidos y cabales fue este hombre extraordinario, del aviso de muchos mexicanos, entre éstos tanto los letrados como los semi-cultos y los que, deseosos siempre de saber, se acercan, ingenuos y sencillos, a los que les pueden enseñar algo. Un escritor, un artista, un político, si son buenos, su bondad es manifiesta, por tanto atractiva, de lo que se sigue que su obra nos rinde a todos. Y es que la bondad es necesariamente comunicativa y encuentra siempre un eco en el interior de cada quien.

Resuena en el alma, justamente para hacerlo nuestro, lo que los hombres señalados difunden en la sociedad y nos toca la fibra sensible, tensa naturalmente y en acto, por el mismo caso, de vibrar al unísono de ese escritor, de ese artista y de ese político. Vasconcelos pensador, de penetración objetiva, dado, por el consiguiente, al desmenuzamiento de las cosas, de los acontecimientos, de las situaciones, y de penetración subjetiva, a un tiempo, movido a dilucidar las implicaciones y complicaciones de su propia conciencia, interesa a toda clase de lectores, los cuales, por otra parte, van a él seducidos, como precipitados y despeñados en llegar al fondo de lo humano suyo, en el que encontramos lo humano nuestro.

Fue filósofo Vasconcelos. Todo lo vio bajo el signo de lo bello. Lo perseguía hasta no dar con él en cada uno de los seres. El hombre, concretamente el mexicano, tenía que ser bello, que conformarse con el modelo eterno de una armonía divina que, despiertos a las inquietudes trascendentes, no podíamos menos que oír. Su filosofía nos abre la puerta de ese aposento donde vamos a disfrutar de la vecindad con Dios.



Escritor político y ciudadano de avisada y sesuda ciudadanía, nos hizo ver a los mexicanos lo que es, lo que debe ser México. Su *Ulises criollo*, obra maestra, y suponiendo que México dejara de ser, ella sola quedaría como el testimonio fehaciente, imperecedero, además, de las fallas, de los aciertos que registra la historia, de la voluntad que, en los mejores de nosotros, ha pretendido la duración y la sobrevivencia, por tanto la nobleza de lo humano mexicano.

Hace gala en todo lo que escribió de una verba convincente. Su frase es de garra y estruja, aprieta y, por otra parte, va derecho a la inteligencia o al corazón. No, no deja indiferente a nadie, y nadie como él ha sido capaz, por la sola fuerza de la palabra, de crear una mentalidad nacional. Díganlo, si no, los jóvenes de los años veintes y, muy especialmente, los que lo acompañaron en el 29, cuando con el callismo, ampliado, según él, por Mr. Morrow, el embajador de los Estados Unidos, y con la guerra cristera y con el desánimo de muchos, muy a pesar de lo cual fue un agitador intelectual.

Fue áspero, ciertamente, cuando fustigaba a los pillos. Su reprensión fue rigurosa y, valeroso, siempre de gran osadía, nunca tuvo, tal reza la expresión popular, pelos en la lengua. Fue el creador de una universidad, a la que le dio el lema de "Por mi Raza Hablará el Espíritu", y la cual, con el mote agregado después de "autónoma", tuvo él como sierva, precisamente porque la universidad "autónoma" se vanagloria de su autonomía.

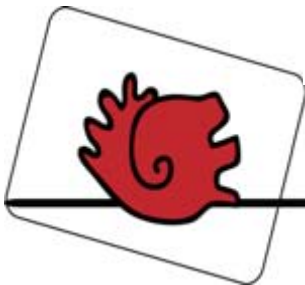
Vasconcelos, dígase lo que se quiera en contrario, pese a sus deturpadores, a los que lo desprecian, combaten o niegan, por tanto, es un espejo en que los mexicanos conocemos y reconocemos los rasgos de nuestra propia faz. Su familia, en una época trashumante, lo que le valió tener tratos con porciones variadas de nuestra



población; su madre, mujer sencilla, constante, con constancia grande, en sus deberes hogareños; su vida de estudiante, sus inquietudes intelectuales no satisfechas, gracias a la insuficiencia de sus maestros; la vaciedad de algunos de sus compañeros; la opresión del ambiente político, todo concurrió en él a tener una clara conciencia de lo que es el hombre y, por lo pronto, el hombre mexicano.

En el *Ulises criollo*, copió a los Estados Unidos, rodeado como estaba de pastores protestantes, y suprimió la Secretaría de Instrucción Pública. La escuela tenía que ser, según esto, cosa de la exclusiva incumbencia de los ayuntamientos. Y Vasconcelos creó la Secretaría de Educación y con ella movió a la inteligencia de México, a los hombres de buena voluntad, a los niños, a los jóvenes y a los adultos deseosos de aprender. Sus misiones culturales, llegadas a todos los rincones de la patria, sus artes populares, sus teatros al aire libre, la exaltación y depuración de lo indígena, todo fue una fiesta del espíritu y, de resultas de esto, una afirmación de lo auténtico mexicano. Fue ejemplar, cosa tenida por muchos como extravagante, en todo caso como inútil y, por otra parte, costosa, la edición de los clásicos de la antigüedad: *La Odisea* y *La Ilíada*, entre otros, pero cosa que en su intención, y estaba en lo cierto, le daba al pueblo el conocimiento de sus orígenes culturales.

Porque, queramos o no, somos occidentales, lo que le debemos a la presencia de España en las entretelas de nuestra sustancia. Vasconcelos es grande como escritor, grande como político, grande como hombre que hizo historia. Por lo uno y por lo otro será nuestro constante y obligado compañero y guía.



*Tomado de:

Jesús Guisa y Azevedo. *Semblanzas de Académicos*. Ediciones del Centenario de la Academia Mexicana. México.
<http://www.academia.org.mx/Academicos/AcaSemblanza/Vasconcelos.htm>

El Filósofo**

«Maestro de las juventudes de América» le llamaron los estudiantes de América del Sur, que vieron en el hombre que escribía una *Metafísica* y militaba en las filas de Madero la clave para entroncar el mundo ideal de la cultura con el mundo real de la vida patria. Prefirió siempre ser filósofo en el sentido platónico y por eso su magisterio se ejerció, sobre todo, a través de su obra escrita. Maestro ,también por la magnífica y valiente defensa de su estirpe hispánica -bastaría leer la *Breve Historia de México* y *De Robinson a Odisea-* y por su manera fuertemente personal de encararse con los problemas filosóficos; por las inestimables sugerencias que brinda y hasta por las violentas reacciones que suscita. Si cabe hablar de genios en Ibero América, nadie con mejor derecho para ser clasificado así que el creador de la *Filosofía estética*.

Estética no es para v. el tratado de lo bello. Es algo muy diverso. Consiste en redimir el mundo físico trocándole su ritmo de material en psíquico. Los cuadros de, la Naturaleza, destinados a desaparecer, son salvados por el hombre que los conmuta en ritmo, armonía y contrapunto. El amor, alma de la Estética, es la fuerza que emprende la reintegración de lo disperso a lo Absoluto. La ley del espíritu (su función estética) es realizar una coordinación viviente de los heterogéneos sin sacrificar la cualidad. Las imágenes vivas de las cosas las maneja el espíritu humano en el crisol de su triple a priori estético: ritmo, armonía y contrapunto. Aquí reside la belleza. La



operación estética, en esencia, radica en aislar la cosa de su ritmo nativo, a fin de incorporar su movimiento al ritmo del alma. Estamos en el reino del subjetivismo. Con mente kantiana, V. adopta las ideas de Nietzsche sobre la tragedia griega, convirtiéndolas en categorías; y añade a las dos categorías nietzscheanas de la belleza, apolínea y dionisiaca, una más: la mística. Cree V. que ha descubierto nada menos que un órgano estético en el hombre. Este órgano, que posee un sentido de orientación y que nos lleva a un equilibrio energético de composición, lo encuentra V. en los conductos semicirculares a donde convergen las impresiones cerebrales conscientes y las sensaciones internas o cenestesia, brotando de este concurso la unidad fundamental del yo.

El ser se manifiesta por caminos de emoción existencial (*Metafísica*, 1929). En la cosmología emanatista y dinámica de V., que niega implícitamente la extensión, el Universo se presenta como un cuerpo único con irradiaciones emotivas. Todo es ser y todo, para ser, participa en una misma sustancia, aunque en diverso grado y calidad, según su cercanía del Ser Absoluto. Si la esencia de lo ético es el acto teleoklino que se rige por ciertas normas, ética será, para nuestro filósofo, «toda disciplina de vida», toda potencia que se traduzca en acto. También en la *Ética* (escrita en 1932) es fácil reconocer el platonismo de Vasconcelos. El Absoluto, último y supremo fin de todo lo existente, atrae al hombre, libremente, para que redima y salve a la Naturaleza ciega sumida en la inconsciencia. La Naturaleza, sedienta de unidad redentora, es un dócil instrumento del hombre para la trasmutación a planos espirituales.

En Filosofía, V. reclama el derecho a que se juzguen como originales suyas las tesis siguientes: a) La teoría del apriori estético, en la cual se afirma que el fenómeno de la belleza obedece a formas específicas, que son: el ritmo, la melodía, la armonía y el contrapunto, independientes de las formas lógicas aristotélicas. (Salta a la vista

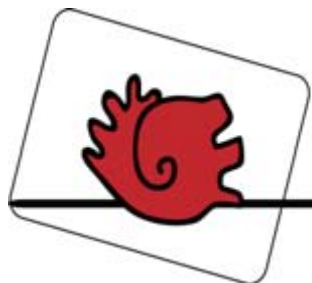


la mera trasposición de la estructura musical, por lo que no es nada original). *b)* La teoría de la coordinación mental que liga conjuntos heterogéneos. Cuando pensamos en un objeto, p. ej., ponemos en un sector de la mente lo que. nos dicen de él la Física, la Química, la Literatura, y así la labor del filósofo consiste en coordinar esas esferas del conocimiento para lograr algo que ya no es *logos* sino armonía. La verdad, en consecuencia, ya no es la reducción de lo particular a lo general, piensa nuestro filósofo, sino el secreto de la coordinación de valores irreductibles uno al otro, pero que se ligan por la vida y la acción, dando por resultado una existencia como armonía. *c)* En su ensayo intitulado *La Sinfonía como forma literaria*, V. lanzó por primera vez la tesis de que el arte supone la combinación de elementos heterogéneos que se coordinan en forma no intelectual, sino armónica y estética, a fin de producir efectos de conjunto, que son perfectamente inteligibles y además sensibles y que no tienen nada que ver con las conclusiones lógicas de la mente. Esta tesis coincide con las ideas sobre la belleza del poeta Elliot, en sus *Cuartetos*, escritas como diez años después, según lo ha hecho notar el filósofo norteamericano Philip Wheelwright.

****Tomado de:** A. Basave Fernández del Valle. *La Filosofía de José Vasconcelos*. México. 1973. pp 315

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

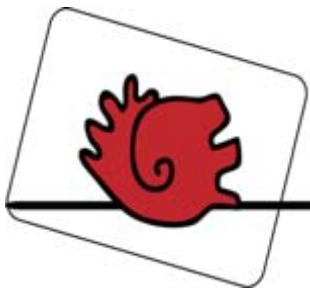
Es muy difícil entender la situación actual de los jóvenes, pues nos enfrentamos a muchas dificultades para estudiar, obtener un empleo y vivir dignamente. Vivimos la “adolescencia prolongada” y vivir con los padres muchas de las veces implica un desarrollo más complicado y menos oportunidad de decidir. Y es muy triste entrar a los planteles universitarios y darse cuenta de la enorme indiferencia que caracteriza a una gran parte de la comunidad.



Se piensa que todo está perdido y que no vale la pena luchar por nada, que ya no se puede cambiar la situación y siendo presas fáciles de los medios de “comunicación” enajenantes, viven en un mundo material y egoísta provocando una contradicción muy grave, pues ser universitario, de la Universidad Nacional Autónoma de México implica una responsabilidad social y un respeto por el pueblo que muchas veces se olvida. El pueblo trabajador es quien paga nuestra universidad y la realidad es que pocas veces se regresa algo a la sociedad que nos dio educación. Considero que es necesario rescatar el lema con el cual nos hacemos universitarios “Por mi raza hablará el espíritu”, para que nunca se nos olvide y para reivindicar el sentido humano de nuestra Máxima Casa de Estudios.

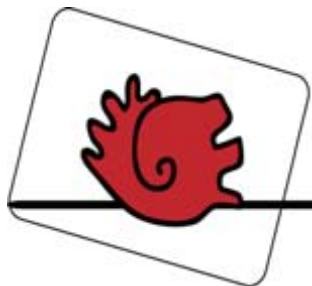
Pensé que un cartel era el medio adecuado para lograr que estos elementos de identificación para los universitarios se pudieran fijar en su memoria para que los tengan siempre presentes.

Por lo tanto también era necesario resaltar los colores que nos identifican como parte de la comunidad de la UNAM, azul y oro, y pensé en una tipografía sencilla y ligera para que lo importante fuera el mensaje y no tanto la forma de presentarlo. Con las letras en color oro se logra la jerarquización de este elemento que es el lema. Y decidí utilizar la primera parte del lema “Por mi raza” para enfatizar también la parte en la que los y las universitarias debemos trabajar por nuestra gente. “Hablará el espíritu” con una opacidad del 45% tiene una connotación de relacionar la transparencia con lo sublime del espíritu y con la parte humana de nuestra formación. El tamaño de la tipografía es un puntaje alto para dar fuerza al lema y lograr el objetivo del cartel.



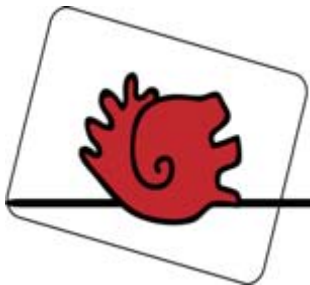
2. CREATIVIDAD

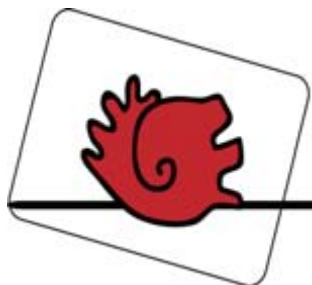
2.1 Lluvia de ideas.



3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Elaboré el cartel en el programa Photoshop CS con tipografía Tempus pensando en equilibrar el diseño, pues este tipo de letra resulta más agradable a pesar del contraste que se obtiene de los dos colores que utilizo, el azul y el amarillo. Usé la herramienta de transformación para darles un mayor tamaño de a las letras, con efectos de contorno y sombra y opacidad al 45% en una parte de la tipografía.



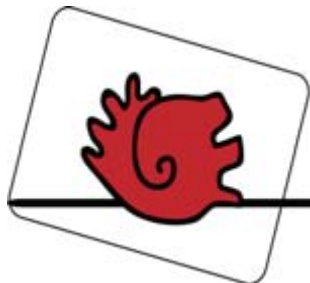


5. Propuesta final con trama



6. Propuesta final

Tipografía: Tempus Sans.



Cartel:

Universalidad

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda cultural-artística por el respeto.

TEMA A RESOLVER: Un cartel que promueva el respeto a los y las homosexuales en la Universidad Nacional Autónoma de México.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Que a partir del discurso artístico del Diseño Gráfico se llegue a una solución sencilla que permita a quien la vea, reflexionar desde el campo de la estética acerca de la discriminación y el racismo que se vive todos los días dentro de la universidad.

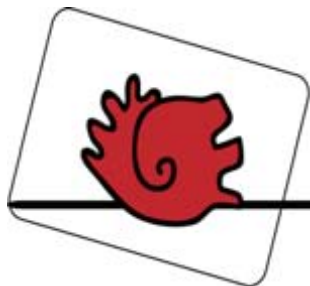
1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Universidad Nacional Autónoma de México

PATROCINADOR: Tania López Montes de Oca

PERCEPTOR: Comunidad universitaria de la UNAM

PRESUPUESTO: Costo de impresiones.



1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

LA HOMOFOBIA EN CIFRAS

66% no compartiría techo con una persona homosexual

71% de los jóvenes no apoyaría los derechos homosexuales

30% de las y los homosexuales sufrió burlas y humillaciones durante su infancia y adolescencia

8% sufrió violencia física

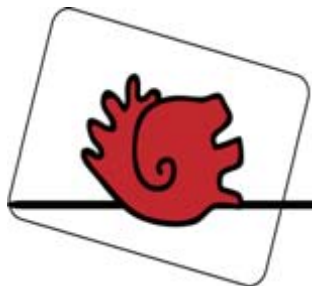
21% no ha sido contratado en un trabajo por ser homosexual

30% ha sido acosado por la policía

290 asesinatos de homosexuales se han registrado entre 1995 y 2003

876 asesinatos por homofobia en 9 años.

Por cada caso reportado existen tres casos más que no se reportan.

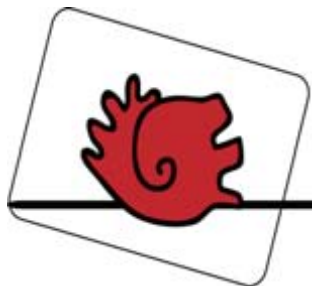


A lo largo de los años el término no ha dejado de evolucionar por ampliaciones sucesivas. En 1972, la homofobia se definía como “el miedo a estar con un homosexual en un espacio cerrado”, definición muy restrictiva que quedó rápidamente rebasada en el lenguaje común, como testifica la definición del Pequeño Larousse: “Rechazo de la homosexualidad, hostilidad sistemática hacia los homosexuales”. Ampliando el análisis, Daniel Welzer-Lang ha sugerido una nueva definición. Para él, la homofobia “es, de modo más extenso, la denigración en los hombres de cualidades consideradas femeninas y, en cierta medida, de las cualidades consideradas masculinas en las mujeres”.

(Louis-Georges Tin, Dictionnaire de l’homophobie. Ver más en documentos básicos)

La epidemia invisibilizada por la homofobia

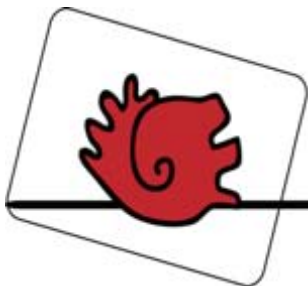
Para nadie es un secreto que la epidemia de sida en nuestro país ha diezclado y afectado de manera desproporcionada a la población gay masculina. Sin embargo, pareciera existir un acuerdo general para tratar de invisibilizar esa realidad. Primero imperaron las buenas razones: había que combatir el estigma tan arraigado y extendido entre la población porque falseaba la percepción del problema (“una enfermedad de maricones”), y activaba el odio potencialmente peligroso contra una minoría. Mas tarde se dio por supuesto que la “comunidad” gay estaba más y mejor informada que el resto de la población y que por tanto no era prioritario el trabajo preventivo en dicha comunidad.



Luego se institucionalizó la deshomosexualización de la epidemia y se decretó la tendencia creciente hacia la heterosexualización del sida: según los datos, los casos femeninos y de adolescentes se multiplicaban aceleradamente, mientras que el porcentaje de casos homosexuales y bisexuales descendía de manera continua.

Presentadas sin una lectura crítica, las cifras epidemiológicas parecen confirmar esa apreciación, sin embargo la interpretación oficial contiene muchas imprecisiones. Para empezar, el porcentaje de casos que más se ha incrementado es precisamente el de aquellos en que se desconoce la vía de transmisión; es decir, que no se sabe la forma como se infectaron (en 1994 ese porcentaje alcanzaba al 50 por ciento de los casos acumulados). De los 37,388 casos contabilizados hasta diciembre de 1998, más de 10 mil (29 por ciento) se encontraba en la categoría de no documentados. Según el epidemiólogo José Antonio Izazola, este desconocimiento produce un descenso artificial en el porcentaje de los casos documentados, principalmente en las categorías de hombres homosexuales y bisexuales. Las autoridades epidemiológicas han encontrado una forma de lidiar con este elevado porcentaje de transmisión desconocida: eliminándolo. Para el doctor Izazola, este procedimiento da la impresión errónea de que la epidemia de sida entre hombres con prácticas homosexuales se mantiene estable, cuando en realidad continúa creciendo[1].

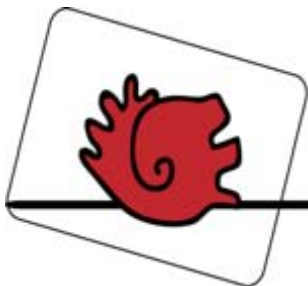
De acuerdo con el total de casos de sida acumulados hasta diciembre de 1998, 56.5 por ciento corresponde a las categorías de homo y bisexuales. Pero si tomamos sólo los casos de adultos masculinos esas categorías representan casi las dos terceras partes de los casos (64.8 por ciento). Sin embargo, esas cifras aún se quedan cortas. Algunos epidemiólogos afirman que las prácticas homosexuales son subreportadas.



Por tratarse de conductas repudiadas, que no gozan de la aprobación social, muchos hombres callan o niegan sus contactos sexuales con otros hombres. En un estudio coordinado por el ex director del Instituto Nacional de Diagnóstico y Referencia Epidemiológica (INDRE), José Luis Valdespino, se encontró, al corregir dicho subreporte, que del total de casos masculinos de sida, 81 por ciento se deben a prácticas homosexuales y sólo 8 por ciento a transmisión heterosexual[2].

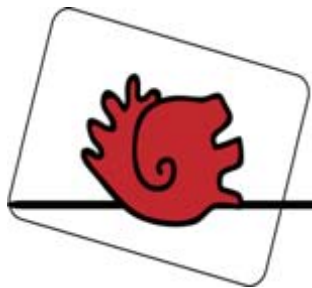
La homofobia tan arraigada en nuestra sociedad ha desvirtuado el verdadero perfil de la epidemia.

Pero a pesar de dicho subreporte, las encuestas epidemiológicas dan a los hombres con prácticas homosexuales la tasa de infección más elevada. Las encuestas centinela practicadas, por la Secretaría de Salud (Ssa) arrojan tasas de seroprevalencia del VIH en ese sector de 15 por ciento. Cifra que contrasta con la manejadas por el Banco Mundial (BM) en su reporte sobre la pandemia de sida, donde se da una tasa de infección para homo y bisexuales mexicanos del 32.7 por ciento, 65 veces más alta que la tasa dada para la población general[3]. El mayor de los fracasos epidemiológicos. De las tres maneras en las que se transmite el virus del sida, las autoridades de Salud han tenido éxito en controlar y reducir la epidemia por transmisión sanguínea. En cuanto a la transmisión perinatal o de madre a hijo, se vive la conyuntura histórica de lograr casi su eliminación, porque se cuenta ahora con las herramientas necesarias. Sin embargo, por lo que toca a la epidemia por transmisión sexual, es evidente que las autoridades de Salud han conseguido un sonado fracaso en su intento por detenerla o siquiera menguarla. Ciertamente modificar comportamientos y hábitos sexuales tan arraigados en las personas resulta mucho más complicado que cerrar bancos de sangre privados o proporcionar tratamientos antirretrovirales a las mujeres embarazadas portadoras del virus. Pero aquí el fracaso se debe más a la equivocada política que se



ha seguido para enfrentar el problema, que a su complejidad. La ausencia de políticas y programas preventivos y de atención dirigidos a los sectores y personas con más probabilidades de contraer y transmitir el virus, es decir, a la población gay y en general de hombres que tienen sexo con otros hombres (y que no se identifican a sí mismos como gay, homosexuales o bisexuales) ha facilitado la expansión del virus en esa población y favorecido su traslado a otros sectores sociales. El porcentaje extremadamente bajo de uso de condón en ese sector de la población masculina (5 por ciento), debe anotarse como un fracaso de la política preventiva del gobierno. En nuestro país jamás se logrará controlar la pandemia de sida si no se logra en primerísimo lugar impactar la epidemia por transmisión homosexual. Sin ello la salud de la población en general seguirá siendo afectada. Por un diagnóstico confiable de la epidemia Por todo lo expuesto con anterioridad, las cifras presentadas por las autoridades responsables de la vigilancia epidemiológica no son confiables para conocer la magnitud real de la epidemia de sida en la población gay y en general de hombres con prácticas homosexuales. La interpretación y el análisis que se desprende de las cifras es erróneo.

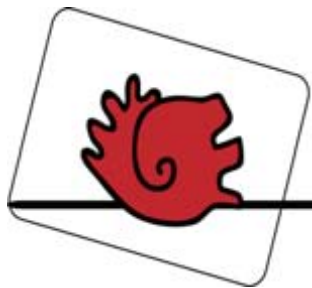
Es necesario elaborar un diagnóstico confiable de la situación actual de la epidemia en ese sector de la población que contemple el subreporte de las prácticas sexuales de riesgo entre hombres y que integre de otra manera en el análisis el elevado número de casos no documentados. Ese diagnóstico debe ser complementado con nuevas investigaciones, estudios y encuestas sobre el comportamiento, la percepción del riesgo, la identidad y el uso del condón en la población masculina a la que nos hemos estado refiriendo. Estudios que identifiquen, además, los principales factores que determinan los comportamientos sexuales de riesgo para, a partir de ahí, diseñar modelos de intervención preventiva eficaces. En ese contexto, habría que revisar la conveniencia de promover y poner a disposición de la población gay el acceso



gratuito, voluntario y confidencial a la prueba de detección de anticuerpos al VIH, tomando en cuenta las experiencias en las comunidades gay de otros países que han logrado modificar el curso de la curva ascendente de la epidemia, y en donde la mayoría de las personas infectadas sabe que lo está.

La crisis de salud en la población gay por el fuerte impacto de la epidemia de sida, la población gay mexicana vive su más grave crisis de salud. La Organización Mundial de la Salud (OMS) informa, en un documento de 1998, que en México "posiblemente hasta un 30 por ciento de los hombres que tienen relaciones sexuales entre ellos están infectados por el VIH"⁴. Resulta reiterativo añadir que las más altas tasas de mortalidad por sida se dan en este grupo de la población, y si contáramos con la información necesaria añadiríamos a lo anterior el descenso del promedio de vida, los costos por la pérdida de vidas productivas, el sufrimiento acumulado, la discriminación y las violaciones a los derechos humanos para tener el cuadro de desastre completo. A pesar de su gravedad, las autoridades de Salud jamás han reconocido esa situación. El gobierno de la república no ha hecho ningún pronunciamiento en favor, ya no digamos del respeto de los derechos de los ciudadanos gay, ni siquiera ha expresado el más leve mensaje de aliento o solidaridad dirigido a la comunidad gay mexicana.

Ningún presidente de la república o funcionario público de elevado rango ha tenido el mínimo gesto solidario.

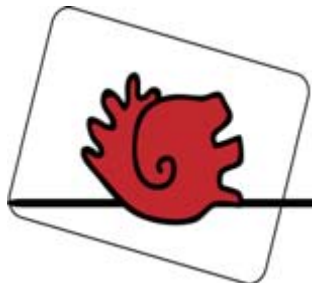


Una política seria, dirigida a enfrentar los estragos de la epidemia en este sector de la población mexicana debe partir del reconocimiento público de esta grave crisis de salud por parte del gobierno mexicano.

Sólo de esta manera, el gobierno estaría expresando su firme voluntad política para actuar al mismo tiempo que fijaría como una prioridad la atención a esa población específica.

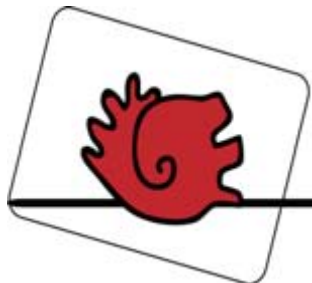
De cabeza, la estrategia preventiva del gobierno

Las campañas masivas de prevención en los medios han sido la principal estrategia de las autoridades de Salud para detener la expansión del virus del sida. Estas campañas se han dirigido a poblaciones abiertas: adolescentes, padres y madres de familia, jóvenes, mujeres. La mayoría de los esfuerzos y los recursos se han utilizado hasta ahora para prevenir del riesgo de infección a los grandes sectores de la población con las tasas de seroprevalencia más bajas (entre 0.03 y 0.06 por ciento); es decir que están menos expuestos al virus. En contraste, la atención que se ha dado al grupo de la población más expuesto —el de los hombres con prácticas homosexuales—, cuya seroprevalencia o tasa de infección es la más alta (el promedio es de 15 por ciento aunque en algunas entidades, como el DF, llega a más de 30 por ciento), ha sido prácticamente nula. Las intervenciones educativas y las campañas preventivas diseñadas específicamente para este grupo han brillado por su ausencia. El gobierno ha equivocado su estrategia: para desactivar la pandemia de sida en nuestro país, ha colocado los recursos donde se imagina que está localizada la epidemia y no donde realmente se encuentra. Se afirma con insistencia que "todos estamos en riesgo de infectarnos", lo cual técnicamente es correcto, pero lo que no se dice es que no todos



corremos el mismo riesgo. Se calcula que para los homosexuales y bisexuales el riesgo de infección es 400 veces más alto que para el resto de la población[5]. La estrategia preventiva del gobierno está de cabeza.

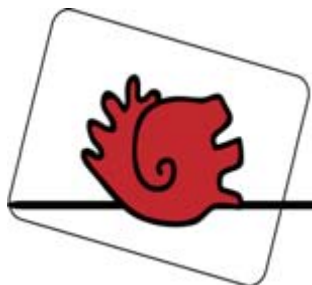
Para influir exitosamente en el curso de la pandemia en México es preciso en primer lugar enderezar la política estatal: los esfuerzos y las intervenciones deben dirigirse a los grupos de la población donde se está propagando el virus. Organismos internacionales como el mismísimo BM recomiendan, en una situación de recursos limitados, dar prioridad al trabajo preventivo en los grupos con las tasas de infección más elevadas, como el de las trabajadoras sexuales. En Nairobi y otros lugares de África y Asia eso ha dado buenos resultados. El propósito es garantizar mayor eficacia preventiva con los recursos existentes. Las campañas informativas en los medios masivos de comunicación son útiles, desde luego, pero son insuficientes y reportan bajos beneficios si no se acompañan de intervenciones educativas directas que involucren a miembros u organizaciones de las mismas comunidades afectadas. Está demostrado que la labor directa en los llamados core groups (grupos donde se concentra la infección) resulta más eficaz que dirigirse a la población dispersa. En México, una de las prioridades del trabajo preventivo debe estar con los hombres con prácticas homosexuales. (Un aspecto que la epidemia de VIH ha revelado es lo extendido de estas prácticas en nuestro país y en América Latina.) Este año, Conasida echó a andar la primera campaña de prevención dirigida a la población gay, coordinada y apoyada por algunas organizaciones de lucha contra el sida. Sin embargo, aunque se trata de un primer loable esfuerzo, esta campaña, elaborada con recursos de Onusida, aún no es la expresión de una política gubernamental estructurada, y corre el riesgo de quedar en un esfuerzo aislado y sin continuidad por la falta de recursos.



Construyendo un entorno social tolerante

Es un hecho ampliamente documentado que la discriminación a individuos o poblaciones incrementa los riesgos de infección por el virus de la inmunodeficiencia humana (VIH). En el caso de los homosexuales y bisexuales, esa discriminación social -que adquiere muchas veces rango de persecución- los vuelve muy vulnerables a la epidemia. El rechazo y la desvalorización constante y a todos niveles de la conducta homosexual, empuja a muchos hombres con esa orientación a experimentar su vida sexual en las condiciones más desfavorables para su salud e integridad personal (la clandestinidad, la culpa, el miedo, la amenaza de la violencia, el matrimonio forzado o indeseado, etcétera), que los induce, a su vez, a no tomar precauciones. Esta situación es particularmente dramática para los adolescentes gay que están iniciando su vida sexual.

El aislamiento, la ausencia de asideros o posibles apoyos, la baja autoestima, la desconfianza a sí mismos, los expone mayormente al virus. Y aunque conforman el mayor porcentaje de adolescentes infectados, para ellos no hay mensajes ni consejos ni recomendaciones en la campaña más reciente de las autoridades dirigida precisamente a la población adolescente. En un clima de represión y discriminación resulta muy difícil que prosperen programas de prevención que pretendan modificar hábitos y conductas de riesgo. Por ello es necesario fomentar la creación de atmósferas y entornos sociales favorables a la tolerancia y el respeto a la diferencia a través del apoyo al desarrollo comunitario, de campañas antidiscriminatorias, del fomento a las acciones afirmativas y la creación de un marco jurídico que garantice la no discriminación. A pesar de lo evidente que resulta esa situación, el gobierno no ha hecho nada en esa dirección para

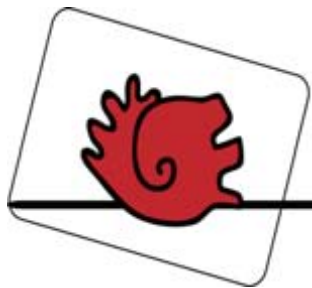


modificar el clima social represivo que obstaculiza la labor preventiva. Esa omisión podría repararse en parte con la creación de lugares de encuentro comunitario donde los adolescentes gay puedan relacionarse con sus pares en un ambiente amistoso y de confianza que facilite la comunicación y el intercambio de información entre ellos y con sus propios progenitores. Los adolescentes gay necesitan de los servicios comunitarios para fortalecer su capacidad de tomar decisiones y hacerlas más consistentes.

En un estudio elaborado por la organización Lambda, de Colombia, se encontró que las personas homosexuales aceptadas por su entorno social tenían más probabilidades de protegerse de la infección por VIH que otras que no lo eran (en el primer caso, el uso del condón fue de 73 por ciento; y en el segundo, de 47 por ciento)[6]. Una de las claves del éxito de los programas preventivos dirigidos a grupos específicos de la población es la participación comunitaria. En Brasil, por ejemplo, el gobierno ha integrado a las organizaciones gay a los programas de atención a esa comunidad con muy buenos resultados.

Capacitación contra la homofobia.

Una de las acciones que mayormente contribuye a crear un entorno social favorable al trabajo preventivo y de lucha contra la epidemia es el combate a la homofobia (esa enfermedad caracterizada por el odio irracional y exacerbado a las personas con diferente orientación sexual) en las instituciones educativas y de salud, sobre todo aquellas encargadas de atender a las personas afectadas por el sida. En los programas cotidianos de capacitación dirigidos al personal de salud y a los maestros de educación básica debe incluirse el tema de la homofobia y la discriminación por orientación sexual, o realizar talleres de sensibilización sobre esos mismos temas con el fin de disminuir los estragos y las funestas consecuencias



que conllevan. Está comprobado que la homofobia y la discriminación institucionalizadas reducen la eficacia de los programas de prevención del sida. Luego de más de tres lustros de la epidemia del VIH en nuestro país, existe una enorme deuda por saldar con la población más afectada: la población homosexual, a la que, además de negarle derechos ciudadanos, de confinarla a la clandestinidad y al terreno del pecado y del desprestigio social, se le responsabiliza de propagar el virus a otros sectores sociales. A los gays se les acusa de promiscuidad cuando ni siquiera se les reconoce el derecho de expresar en público el más mínimo gesto de afecto.

Es tiempo de abandonar la hipocresía y enfrentar los costos sociales, económicos y de salud causados por la homofobia.

1 José Antonio Izazola, et al. "Transmisión homosexual del VIH/sida en México". Salud Pública de México, volumen 37, núm. 6. Noviembre-diciembre de 1995.

2 José Luis Valdespino, et al. "Epidemiología del VIH/sida en México; de 1983 a marzo de 1995. Ibid.

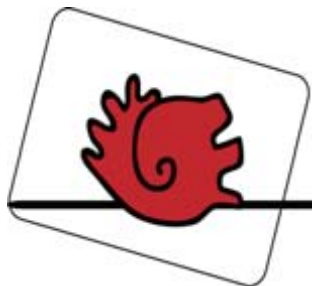
3 World Bank, 1997. Confronting AIDS. Public Priorities in a Global Epidemic. Oxford University Press.

4 Informe sobre la epidemia mundial de VIH/SIDA. Onusida /OMS. Junio de 1998.

5 Jorge Saavedra. Letra S, salud, sexualidad, sida. Junio 5 de 1998.

(Alejandro Brito. Tomado de Letra S número 35, junio de 1999)

icono de la Jornada Mundial de Lucha contra la Homofobia.

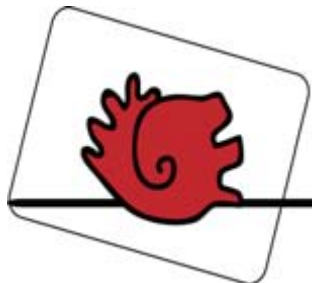


1.5. ANÁLISIS DE DATOS

La idea principal del cartel es la de fomentar el respeto hacia todos los compañeros y las compañeras homosexuales dentro de nuestra Facultad utilizando un elemento abstracto y pensando también en la idea de relacionar con el arte y la sensibilidad, el respeto hacia todas las formas de expresión de las que se compone nuestra universidad, tratando, también de rescatar la idea de universo y universidad surge el refuerzo de la imagen con la ilustración: universalidad. Por lo tanto fue necesario utilizar una ilustración generada por mí, con el fin de ser congruente con el concepto de sensibilidad que sería el eje principal del cartel. Los colores cálidos y la forma curva connotan una relación estrecha y agradable entre todas las formas que componen nuestra universidad, cada color es un miembro de la comunidad y al mismo tiempo todos somos uno. Decidí distribuir el elemento gráfico en módulos de distintos tamaños para enfatizar que nosotros somos lo que hemos vivido desde los demás y que nuestros aprendizajes surgen a partir de lo que nos han enseñado desde antes de nacer, aun así tenemos un mismo sentido y nos unen los mismos colores y como universitarios, no lo debemos olvidar.

La tipografía es muy sencilla, sin patines para que se pueda apreciar claramente.

La forma de las letras tiene relación con las curvas del elemento gráfico que compone este cartel, el color y el sitio donde ubiqué la tipografía logran la jerarquización de este elemento dándole fuerza al mensaje y reforzando su significado.

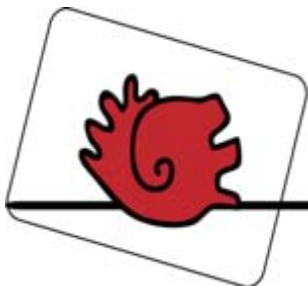


2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.



Mira a tu alrededor

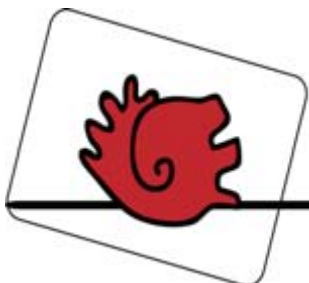


4. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

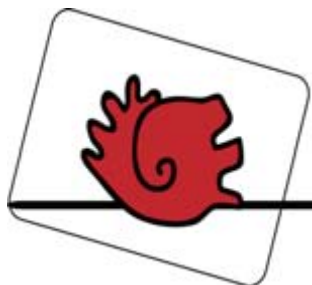
Herramienta artesanal: Ilustración con lápices de colores sobre papel Fabriano.

Herramienta digital: Escaneo de la ilustración y manipulación de las curvas, brillo y contraste de la imagen en el programa Photoshop CS. Modifiqué la dirección de la ilustración en diferentes sentidos para simular movimiento con la herramienta de transformación libre.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

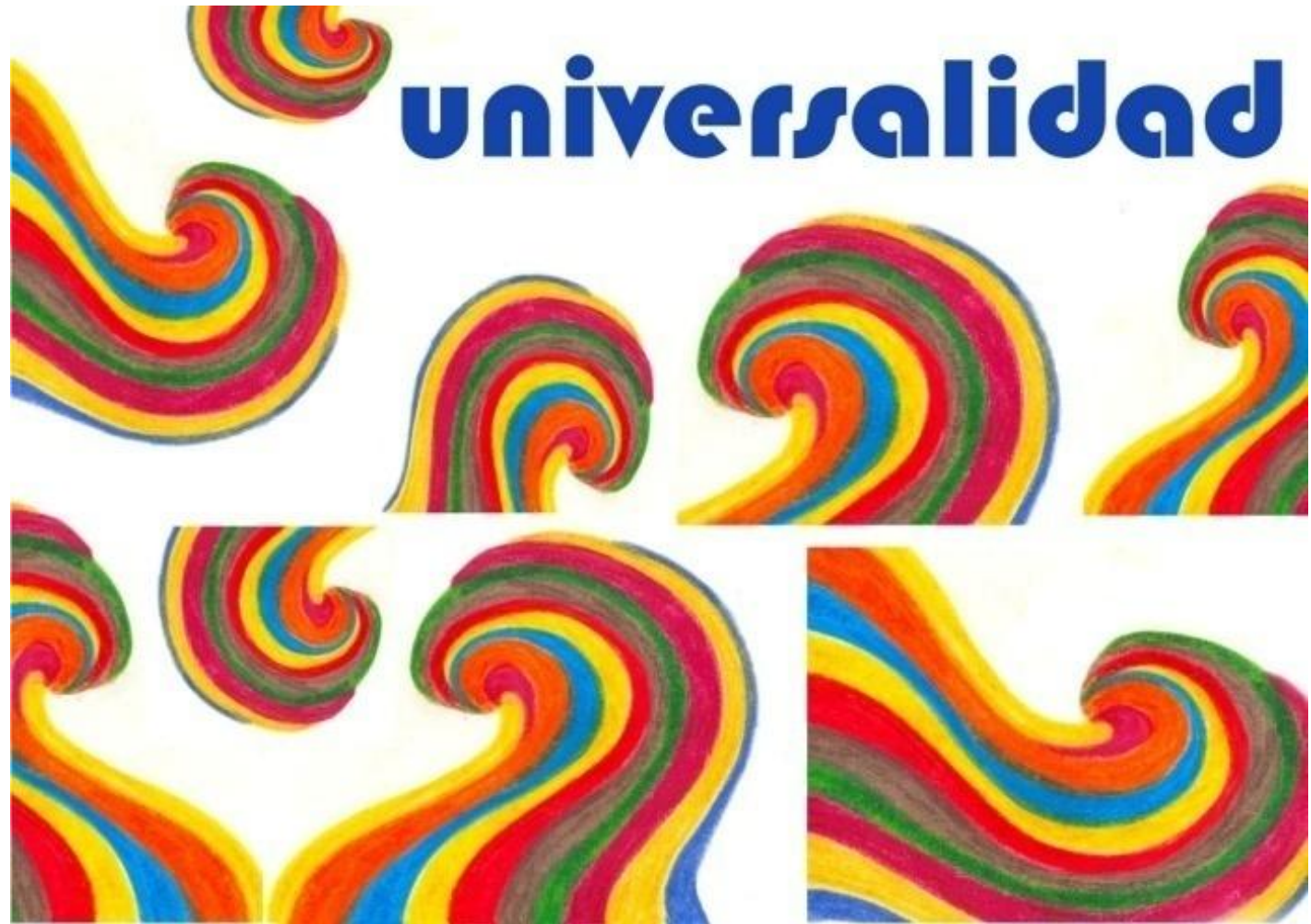


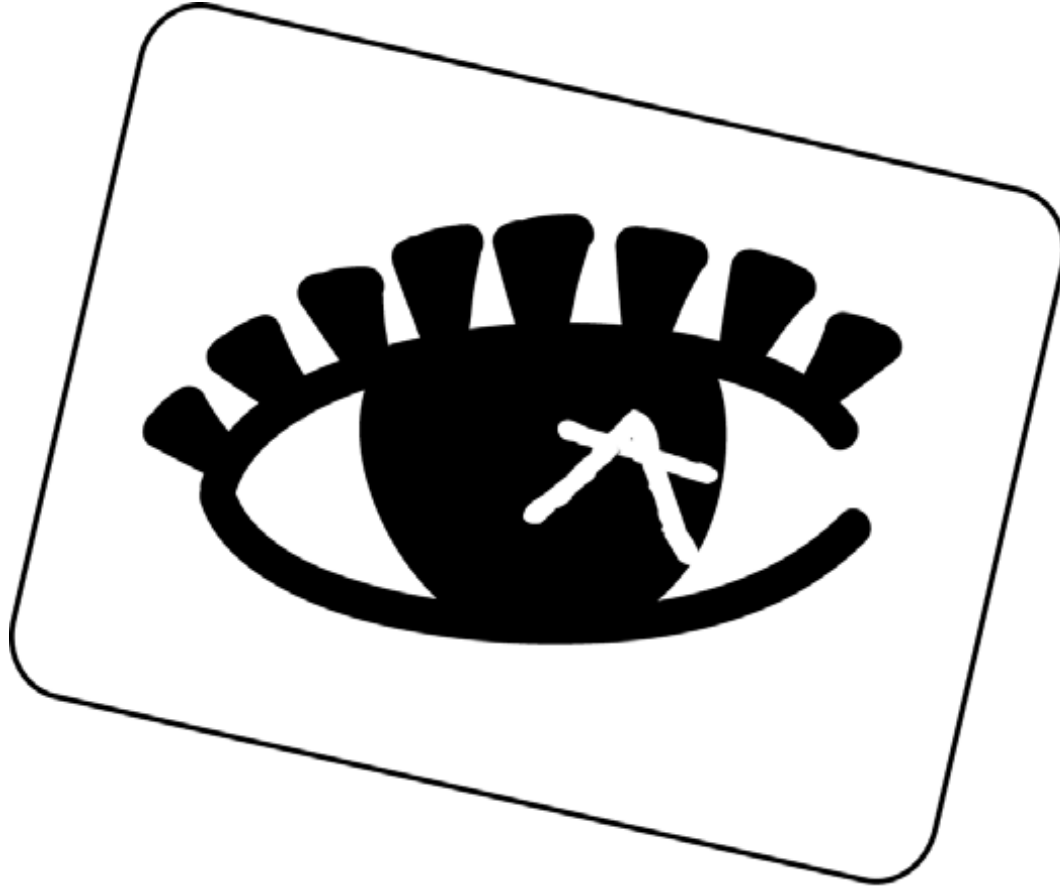
5. Propuesta final con trama



6. Propuesta final

Tipografía: Bauhaus 93





DIMENSIÓN INFORMATIVA-PROPAGANDÍSTICA

Cartel:

Resistencia social en Oaxaca

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel informativo-propagandístico.

TEMA A RESOLVER: Un cartel que represente la postura de la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” ante el problema social que se desarrolla en Oaxaca.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Propiciar la reflexión y la conciencia social en apoyo a la población de Oaxaca organizada en la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca a partir del análisis político que se realiza en la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia”.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” y Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca APPO



PATROCINADOR: Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia”

PERCEPTOR: El cartel se colocará en Universidades, Sindicatos y espacios públicos de concentración ciudadana.

PRESUPUESTO: impresión de 2,000 carteles

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Distribución durante el periodo de conflicto abierto.

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

La APPO se rige bajo la siguiente Declaración de Principios.

I. DECLARACION DE PRINCIPIOS

- **COMUNALIDAD Y AUTONOMÍA.** La APPO retomará la comunalidad y la autonomía de los pueblos indígenas para fortalecer su lucha y garantizar su continuidad.
- **DISCIPLINA Y RESPETO.** Los miembros de la APPO deberán obedecer y cumplir los acuerdos emanados en la Asamblea Estatal de los Pueblos de Oaxaca y en las estructuras de coordinación. De igual modo todos los miembros de la APPO tendrán la obligación de practicar en sus relaciones el respeto mutuo.
- **HONRADEZ Y TRANSPARENCIA.** Estos principios se cumplirán como normas de conducta por todos los miembros.
- **REVOCAION DEL MANDATO.** Para todos los representantes del Consejo Estatal y demás cargos de la APPO.
- **PLEBISCITOS O REFERÉNDUM.** Se realizarán para aprobar y sancionar las decisiones fundamentales e importantes del movimiento.



- DEMOCRACIA. Todas las decisiones que sean tomadas por la APPO deberán y serán analizadas y discutidas en las bases. Los Consejos de la APPO, tanto en el ámbito estatal, regional, distrital, municipal, serán integrados de forma democrática, honesta, incluyente, transparente y plural.
- NO REELECCIÓN. Ningún miembro del Consejo Estatal podrá ser reelecto.
- EQUIDAD DE GÉNERO E IGUALDAD. Todos sus miembros son iguales, con los mismos derechos y las mismas obligaciones, independientemente del sexo, condición social o credo.
- EQUIDAD Y JUSTICIA. Todos los acuerdos y decisiones de la APPO buscarán siempre la equidad y la justicia.
- SERVICIO. Mandar y representar obedeciendo. Servir al pueblo, no recibir pago por el desempeño del cargo.
- UNIDAD. Todos los pueblos, sectores, regiones, organizaciones, comunidades, municipios, unión de autoridades, barrios, colonias, fraccionamientos, entre otros, participantes en la APPO deberán buscar y anteponer siempre la unidad del movimiento por encima de todo.
- AUTONOMIA DE LOS MIEMBROS. Cada organización, pueblo, comunidad o colectivo, mantendrá su autonomía sin contravenir los resolutivos de la APPO.
- INDEPENDENCIA. La APPO es independiente en lo político, organizativo e ideológico del Estado y de los partidos electorales. No puede haber dirigentes ni miembros del PRI y PAN como miembros de la APPO; esta asamblea no es un trampolín político.
- SOLIDARIDAD INTERNACIONALISTA. La APPO, se solidariza con las luchas de todos los pueblos del mundo.
- CONSENSO. La toma de todas las decisiones será por consenso, las decisiones y posturas de la APPO, emanarán exclusivamente de las Asambleas y de las discusiones colectivas.
- LIBERTAD. Se respetará la libertad y la pluralidad ideológica y religiosa siempre y cuando no contravenga los otros principios.
- CRITICA Y AUTOCRITICA. En todo momento se practicará la crítica y la autocrítica como método para la discusión interna.
- INCLUYENTE Y RESPETUOSO DE LA DIVERSIDAD. El carácter de la APPO deberá ser Plural, Amplio, Popular, Incluyente, Democrático, Multicultural y respetuoso de las diversidades, incluyendo la diversidad sexual.



ANTIIMPERIALISTA, ANTIFASCISTA Y ANTICAPITALISTA, ya que este modelo económico y social nos ha agredido y la APPO debe buscar un nuevo modelo de vida.

MOVIMIENTO POLITICO Y SOCIAL PACIFICO. La APPO, para conseguir sus fines, deberá caminar e implementar el diálogo, la concientización y la formación político- ideológica permanente de sus miembros.

<http://www.asambleapopulardeoaxaca.com>

Entrevista con Flavio Sosa, referente de la APPO

"La APPO está cuestionando las formas tradicionales de hacer política" www.rebellion.org

Flavio Sosa es uno de los integrantes de la "dirección colectiva provisional" de la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca. A pesar de ser en estos momentos de las caras más visibles de la APPO, insiste en reconocer que "el nuestro es un movimiento de bases y no de líderes". Lo que sigue son algunos fragmentos de una larga conversación que mantuvimos con él -junto a otros compañeros- en el plantón instalado en la emblemática plaza de Santo Domingo, bastión de la resistencia comunera en Oaxaca.

¿Cómo nace la APPO?

Desde la época prehispánica existe en Oaxaca una gran tradición de asambleas. En las comunidades indígenas la asamblea popular es la máxima autoridad. La APPO nace pretendiendo ser una asamblea de asambleas, que contemple a los zapotecos, a los mixtecos, a los mixes, y a los restantes pueblos



originarios, incluso al pueblo negro. Surge como un ejercicio de democracia de los distintos pueblos, comunidades y organizaciones que tienen interés en participar en el movimiento.

¿La APPO está integrada por 350 organizaciones?

Sí. En un primer momento participaron desde organizaciones comunitarias y de barrio, pasando por sindicatos y frentes, hasta organizaciones de la sociedad civil, incluso uniones de profesionistas. Por eso decimos que la APPO tiene muchos perfiles. Del 10 al 12 de noviembre se va a llevar a cabo nuestro primer congreso fundacional, para darnos una estructura orgánica y más solidez en cuanto a una plataforma de principios. En un primer momento, la APPO es una respuesta popular ante una agresión que sufrió el magisterio, y para la búsqueda de un objetivo común que es la salida de Ulises. Posteriormente, va madurando la idea de no solamente buscar la caída de Ulises Ruiz Ortiz, sino también de ir transformando las condiciones de vida que tenemos, y sentando las bases de una nueva relación sociedad-gobierno. En esta perspectiva se han realizado sucesivos ejercicios de discusión muy interesantes, con la participación incluso de intelectuales, académicos, religiosos, y miembros de otros organismos, en donde se ha debatido qué reformas necesita Oaxaca, y hacia dónde tiene que caminar el tipo de gobierno que queremos. Este es como un carril en el que corre la APPO. El otro carril es la lucha callejera, que finalmente está convirtiéndose, además de en un movimiento pacifista, en un movimiento que ha tenido capacidad de responder ante agresiones como las que sufrimos por parte de la Policía Federal Preventiva (PFP).



¿Por qué se cambio el nombre de Asamblea Popular del Pueblo, en Asamblea Popular de los Pueblos (en plural)?

Esto fue a principios de septiembre. Le pusimos de "los pueblos" porque había una gran crítica. Nosotros le llamamos "asamblea popular" al espacio donde discutimos en la comunidad. ¿Dónde se debaten y dónde se deciden las cosas del pueblo? Pues en la asamblea popular. Luego se hizo una reflexión y decidimos que no podía ser "del pueblo", sino "de los pueblos", porque somos muchos pueblos, muchas etnias. Tenemos distintas raíces y por lo tanto diferentes perfiles.

¿Cómo surgió su dirigencia colectiva y qué relación mantiene con las bases?

La dirigencia surge de una asamblea general que se realiza el 20 de junio. Es una dirección que le llamamos "colectiva provisional". Ahora vamos a tener un congreso, donde intentaremos darle un carácter más definitivo a esta dirección. Tendremos una representatividad tanto por parte de las regiones, como de las organizaciones más activas del movimiento, porque hay distintos niveles de participación. Hay quienes están momentáneamente, se retiran un poco, y luego vuelven a participar cuando hay marchas o plantones. La participación varía según el compromiso y las posibilidades de cada organización. Hay organizaciones muy localizadas en determinadas regiones, entonces les cuesta mucho trabajo estar permanentemente en la ciudad. Oaxaca está muy disperso geográficamente. Por ejemplo, para llegar al Istmo (de Tehuantepec) tenemos que viajar 10 o 12 horas, lo mismo que para llegar a la Sierra.



Por eso no puede haber dirigentes permanentemente a nivel central. Se han hecho distintos esfuerzos, pero aun no está muy consolidada la regionalización de la APPO. Que la APPO baje a todas las comunidades, en eso estamos trabajando.

¿La dirigencia de la APPO tiene órdenes de aprehensión?

Toda la dirigencia tiene órdenes de aprehensión. Al parecer se han librado más de 300 órdenes. Ayer, por ejemplo, nos enteramos de una nueva orden de cateo contra Radio Universidad, supuestamente para buscar armas y para detener a algunos líderes. Nosotros procuramos no estar ahí para no dar pretextos. La represión ha sido permanente. Incluso han arrojado bombas molotov a los domicilios de los principales dirigentes de la APPO, y se han querido meter a distintos domicilios particulares. Ulises ha hecho del terror una práctica política constante. Actúa tanto a través de la policía como mediante sicarios. Y hace lo mismo a través de los jueves, que nos encarcelan. Hay una radio llamada Ciudadana, a la que nosotros le decimos radio Mapache, que llama a perseguir a los dirigentes, nos señalan diciendo que la gente vaya a nuestros domicilios. Incluso nos quieren relacionar con hechos delictivos como el narcotráfico, para justificar la represión. La cosa no tiene ningún fundamento: el nuestro es un movimiento popular.

http://cgtchiapas.org/article.php3?id_article=1156&var_recherche=pfp



1.5. ANÁLISIS DE DATOS

La Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia me solicitó el Diseño de un cartel en el cual se expresaran las conclusiones del análisis que se hacía dentro de la misma entorno a la situación política en el Estado de Oaxaca.

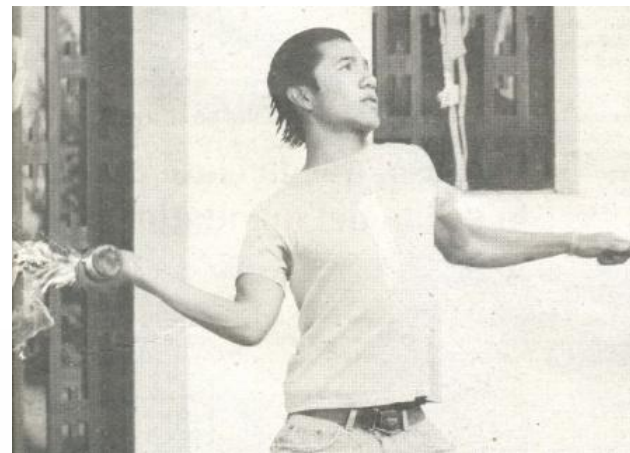
El conflicto inició cuando los maestros y maestras agrupados en la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación se unen para exigir mejores condiciones laborales, organizan movilizaciones dentro de la ciudad de Oaxaca y el gobierno responde con violencia y represión, mientras en la televisión y en el radio, la noticia era que los maestros habían abandonado sus labores y dejaron sin clases a miles de estudiantes, la realidad era que la ciudad estaba secuestrada por policías y militares que torturaron y asesinaron a algunas personas que simpatizaban con el movimiento de los maestros y pueblos de Oaxaca. El gobierno de Ulises Ruiz asesinó incluso a un reportero extranjero que se encontraba en uno de los enfrentamientos de las fuerzas armadas con la APPO. La televisión dijo que lo había matado un petardo, la realidad es que murió por un impacto de bala y el gobierno se deslindó de esa y otras muertes haciendo de este uno de los tantos episodios dolorosos e impunes de nuestro país.

Después del análisis realizado por quienes integramos la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” uno de los compañeros escribió el texto del cartel que diseñé. En medio de la desolación y la desesperanza era necesario un mensaje que, a manera de estandarte de paz, respondiera a los medios masivos de comunicación para revertir la idea de que los maestros y maestras eran gente violenta y como un homenaje también a quienes murieron en la lucha decidí cambiar de color la sangre con la connotación de que de verdad florezcan nuevas conciencias y hombres y mujeres libres y dispuestas a luchar por sus ideales y por la justicia.



2. CREATIVIDAD

Lluvia de ideas



3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Fotografías del periódico “La Jornada”.

Ilustración con pintura acrílica sobre papel opalina.

Edité las fotografías en el programa Photoshop utilizando la herramienta para cortar y hacer repeticiones de las partes más importantes de las imágenes para la etapa de bocetaje.

El cartel final consiste en una ilustración que realicé con pintura acrílica color rojo la cual digitalicé por medio del scanner para después manipularla en Photoshop con la herramienta de gotero para lograr tonos distintos reemplazando el rojo por otros colores y disminuyendo la opacidad logré un efecto de transparencia en el fondo del cartel.



4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

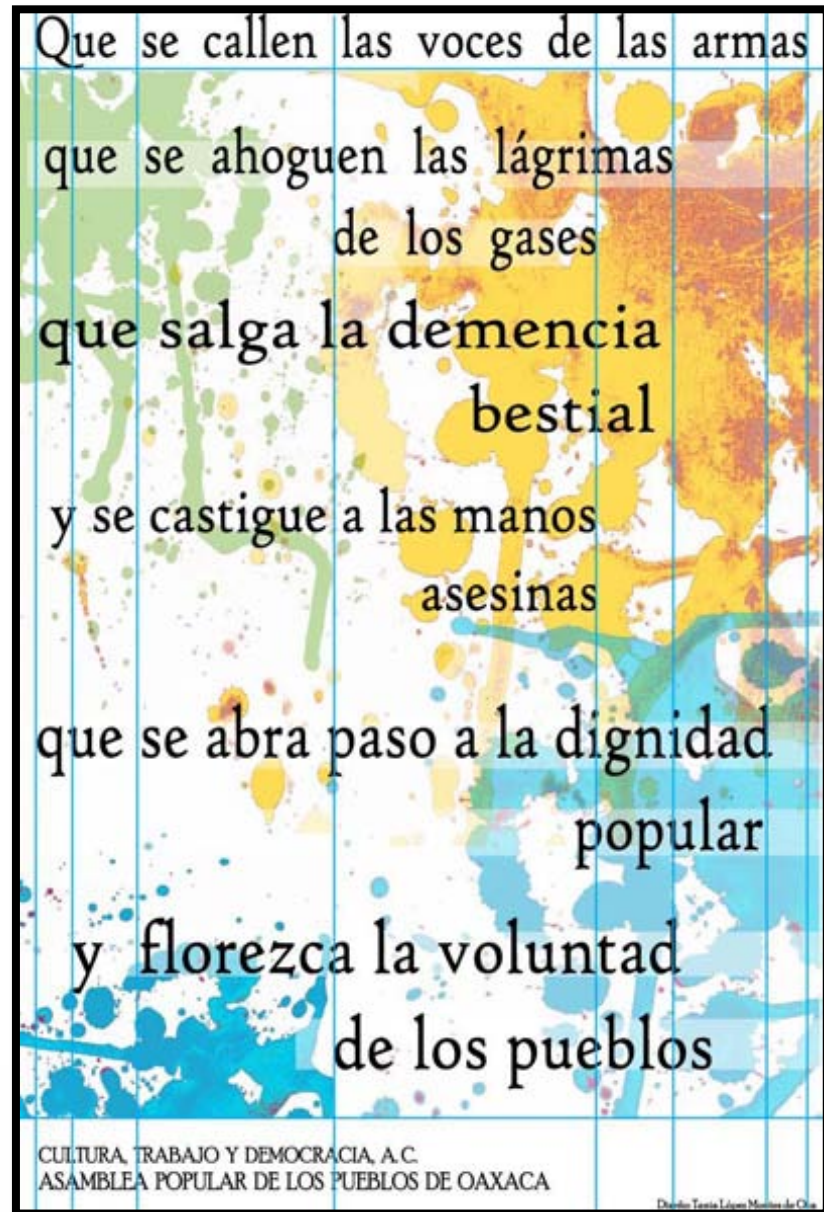
OAXACA ES MÉXICO OAXACA ES DIGNIDAD
OAXACA SOMOS TODOS
DEFENDÁMOSLA



Plantón Nacional frente al Senado
Huelga de hambre frente al Hemiciclo a Juárez

APPO CNTE





6. Propuesta final

Tipografía: High Tower Text



Que se callen las voces de las armas
que se ahoguen las lágrimas
de los gases
que salga la demencia
bestial
y se castigue a las manos
asesinas
que se abra paso a la dignidad
popular
y florezca la voluntad
de los pueblos

CULTURA, TRABAJO Y DEMOCRACIA, A.C.
ASAMBLEA POPULAR DE LOS PUEBLOS DE OAXACA

Diseño: Tereza Lázaro Morales de Cruz

Cartel:

“A un año del Fraude electoral”

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel informativo-propagandístico.

TEMA A RESOLVER: Un cartel que represente la postura de la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” a un año del fraude electoral.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Transmitir un mensaje de esperanza y que invite a la organización dentro de grupos y asociaciones civiles como “Cultura, Trabajo y Democracia” después de un año de la coyuntura política que vivimos las y los mexicanos con las elecciones del año 2006.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia”, Sindicato Mexicano de Electricistas y Escuela de Cuadros Sindicales del SME.



PATROCINADOR: Asociación Civil "Cultura, Trabajo y Democracia" Sindicato Mexicano de Electricistas y Escuela de Cuadros Sindicales del SME.

PERCEPTOR: Estudiantes, Profesores y Trabajadores.

PRESUPUESTO: impresión de 2,000 carteles

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Octubre y noviembre del 2007

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Análisis Forense de Procesos Electorales

Elecciones presidenciales México 2006

Las elecciones presidenciales en México, realizadas en julio del 2006, han sido unas de las más reñidas en la historia de este país. Los resultados de la elección, así como el proceso electoral, han sido objeto de cuestionamientos bajo el alegato de un posible fraude electoral. En esta página se presentan algunos de estos cuestionamientos, así como las tecnologías existentes para detectar posibles anomalías numéricas en los resultados. Evolución temporal de datos en el PREP y conteo distrital

La secuencia temporal de presentación de datos del PREP tuvo un impacto psicológico muy marcado al presentar, desde un inicio, a un único candidato como ganador de la contienda. Una vez hecho el análisis de esta secuencia temporal, queda de manifiesto que la presentación de los resultados preliminares obedecieron a lo que el IFE llamó más tarde "razones culturales", es decir, se presentaron



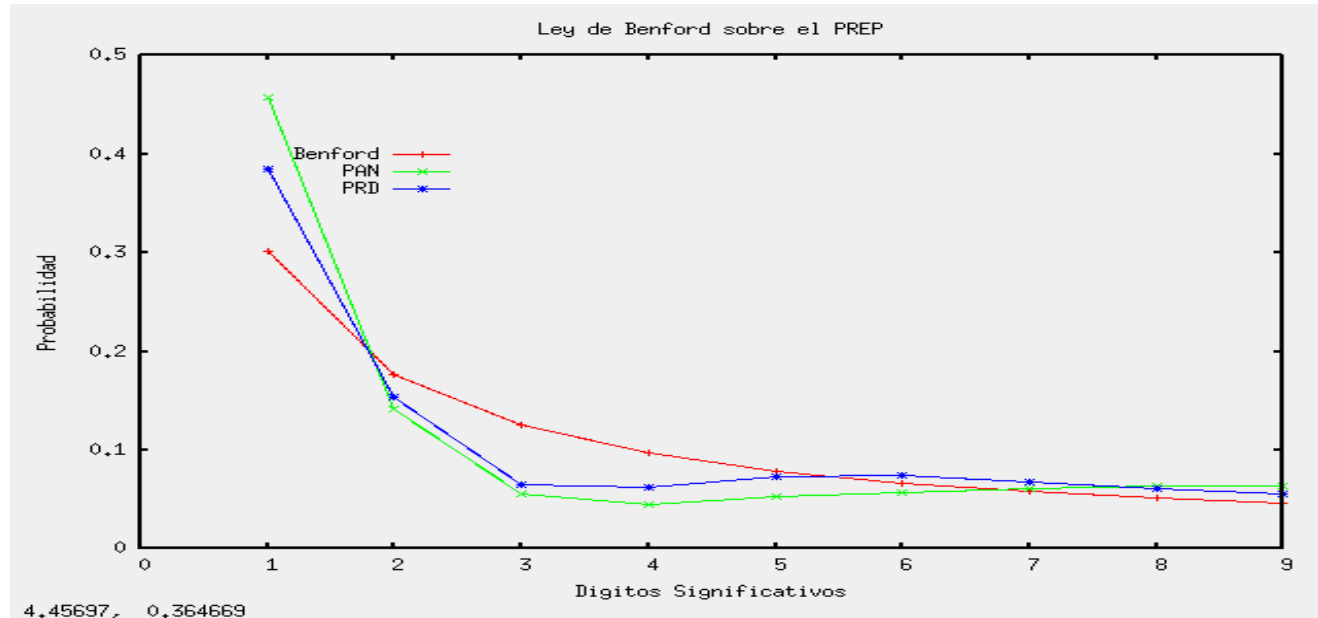
primero los resultados de las casillas en el orden de Norte a Sur, donde se sabía de antemano que uno de los candidatos tenía mayor votación. En un estudio preliminar, el conocido Doctor en Física Luis Mochán (Investigador de la UNAM) destacó, un día después de la elección, numerosas inconsistencias en el comportamiento de la presentación temporal de los datos.

Otro análisis, tanto del PREP como del Conteo Distrital, realizado por el destacado Doctor en Física Víctor Romero Rochín y colegas de la UNAM, advierte de una serie de anomalías en los datos presentados por el IFE como son la improbable falta de estabilización de los porcentajes acumulados del PAN y PRD. La disparidad muy grande entre muestras de 300,000 votos y el resultado final y el orden de llegada de los votos, especialmente al PAN y al PRD. En el siguiente trabajo Romero Rochín destaca que el comportamiento de la evolución del conteo de los votos es atípico e improbable y añade que no es descartable una manipulación del sistema de cómputo del IFE y que dada la diferencia tan pequeña entre los porcentajes del PAN y el PRD, el conteo voto por voto de las 130,000 casillas es la solución que resolvería cualquier ambigüedad o duda del proceso de la contabilización de los votos. Romero Rochín concluye que es indispensable el conteo no sólo lo realice el IFE, sino que sea hecho de manera simultánea por otras organizaciones públicas y privadas. Ley de Benford y detección de fraudes electorales.

Una de las pocas herramientas que brindan información sobre posibles alteraciones numéricas en los conteos de votos en procesos electorales, se conoce como Ley de Benford [1,2]. Se trata de una distribución estadística que describe con buena precisión, la probabilidad de aparición de los dígitos significativos en las cifras de muchos procesos en la naturaleza. La ley de Benford es una herramienta que se utiliza con frecuencia en auditorías financieras [3] para detectar fraudes en reportes de contribuyentes fiscales, reportes de ganancias en estados de cuenta, así como alteraciones numéricas en el conteo de votaciones. Esta herramienta ha sido usada en el pasado, en el análisis de la Elección Presidencial de los EEUU en 2004 [4] y en el Referendo Presidencial en Venezuela en el 2004 [5].



De la aplicación de la Ley de Benford a los números del PREP, se tiene, como una primera impresión, que la distribución del primer dígito significativo de los números reportados por el IFE por casilla y partido, no siguen estrictamente la Ley de Benford y que la separación entre los datos observados y los esperados no se deben al azar únicamente. Esta anomalía requiere de una explicación.



De la gráfica se desprende primeramente que existe un sobrerrepresentación de cifras que comienzan con el dígito 1 y que corresponden a casillas con votaciones '1' y en el rango '100-199'. Pero lo más interesante de notar, es que existe un excedente en los dígitos 8 y 9 y que corresponden a votaciones 8 y 9 y '80-89' y '90-99', notoriamente excedente para el caso del candidato del PAN. Esto es una



anomalía numérica que debe ser explorada con detalle. De hecho, el Dr. en Matemáticas e Investigador de la UNAM, Dr. Ricardo Mansilla, lo ha hecho de manera cuidadosa en este estudio preliminar y con la observación de que los resultados reportados oficialmente no se explican a la luz de los resultados esperados, cuando se realiza una prueba de hipótesis sobre ellos. Esta anomalía debe ser aclarada o quedará como una de las más importantes sobre la veracidad de los datos reportados por el IFE.

En otro estudio, conducido de manera independiente por el académico estadounidense de la Universidad de Cornell Walter R. Mebane, Jr. se ha hecho un análisis de los datos proporcionados por el IFE y tras aplicar una técnica basada en la Ley de Benford, el autor concluye que la elección presidencial efectivamente muestra problemas numéricos serios y concluye que es necesario un conteo voto por voto para disipar las dudas generadas. El estudio puede consultarse aquí: <http://macht.arts.cornell.edu/wrm1/pm06.pdf>

El día 3 de agosto del 2006, reunidos en un seminario especial de trabajo en el Instituto de Geofísica de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), 61 investigadores y científicos de diversas disciplinas pertenecientes a 25 instituciones del país, tras analizar y discutir cuidadosamente los resultados de trece estudios realizados en México y uno en la Universidad de Cornell, Estados Unidos de Norteamérica, con base en los datos publicados por el IFE, concluyeron que en la elección de presidente de la república del 2 de julio del 2006 hubo anomalías numéricas lo suficientemente evidentes que no permiten decir que se haya cumplido con el principio rector de certeza. Por lo tanto, consideraron que es imprescindible llevar a cabo un nuevo conteo de todos los votos. El documento final de los académicos y científicos mexicanos, entre los que se cuentan varios galardonados con el Premio Nacionales de Ciencias, Premio de la Academia Mexicana de Ciencias y Premio Universidad Nacional.



Por su parte, el Doctor en Física e investigador de la UNAM, Miguel de Icaza, nos propone un análisis basado en aritmética y probabilidad elemental que deja ver la existencia de diversas anomalías en los datos de la elección del 2 de julio. Esta vez, las anomalías pueden mapearse a las casillas, de tal manera que puede saberse quien, como y donde. La conclusión del Dr. de Icaza apunta en la misma dirección: las anomalías detectadas son tan improbables de manera natural, que su volumen y existencia indican un manoseo doloso a la voluntad ciudadana.

Una nutrida parte de la comunidad de académicos de la UNAM ha montado un sitio muy serio con los estudios científicos cuantitativos realizados sobre los datos de la elección presidencial del 2 de julio.

Programa de Investigación en SocioFísica - Departamento de Sistemas Complejos

Instituto de Física

Universidad Nacional Autónoma de México

Responsable: Dr. O. Miramontes, ele2006@fisica.unam.mx

<http://www.fisica.unam.mx/octavio/>



1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Al igual que en los anteriores trabajos de Diseño Gráfico que he realizado a petición de la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” y el Sindicato Mexicano de Electricistas” hubo un análisis previo de la situación social para determinar las características gráficas y el contenido del cartel. A continuación presento un resumen de dichos análisis:

A todas luces se sabía de las irregularidades, de miles de casillas donde no coinciden los números con los que después registró el IFE, se sabe, incluso hoy lo afirman los panistas. Un fraude que nos ha costado muchos retrocesos, vidas y un mayor esfuerzo por sobrevivir, un fraude que nos trajo la depresión de la izquierda mexicana, la desorganización y la apatía poco a poco va retomando la fuerza y nuestra aportación, desde el corazón unido a otros corazones libres es un grito en las paredes que levanta la voz de la dignidad, a pesar de los pesares y para ver materializados nuestros sueños de un país justo y democrático... a un año del fraude, latimos más fuerte.

Por lo tanto, el cartel consiste en una ilustración tradicional realizada con crayones y aerosol donde se pueden observar dos corazones y una pequeña parte de un tercero, de los cuales se desprenden distintos colores que dan una connotación de lo que se sigue generando dentro del movimiento de izquierda en nuestro país, rodeando a los corazones está el mensaje que se repite más tenue en algunas partes. Toda la ilustración dirige la atención hacia la palabra inferior, con un tipo de letra diferente, con más movimiento, cortada con la intención de dar un mensaje de que la continuidad de las luchas por la justicia y la dignidad las debe hacer quien observa el cartel.



2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.



4. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Ilustración con crayones y aerosol plateado sobre papel Fabriano con técnica de scratch board. Digitalización por medio del scanner de la ilustración y manipulación de imágenes en Photoshop CS con la herramienta de curvas, contraste y brillo para mejorar los colores. Modifiqué el texto con la herramienta de transformación y deformación en curva para dar un efecto redondo a las letras.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA



organicémonos
a un año la lucha continúa
de fraude no morimos



late más fuerte
dignidad



5. Propuesta final con trama



6. Propuesta final

Britannic Bold, Edwardian Script ITC



Cartel:

“Coyuntura 2006”

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel informativo-propagandístico.

TEMA A RESOLVER: Un cartel que represente la postura de la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” con una invitación a la participación ciudadana en la coyuntura electoral del 2006

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Representar gráficamente una consigna que logre aclarar el panorama dentro de la coyuntura electoral siendo incluyentes con las formas de lucha actuales contra el neoliberalismo.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

CLIENTE/USUARIO: Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia”, Sindicato Mexicano de Electricistas y Escuela de Cuadros Sindicales del SME.



PATROCINADOR: Asociación Civil "Cultura, Trabajo y Democracia" Sindicato Mexicano de Electricistas y Escuela de Cuadros Sindicales del SME.

PERCEPTOR: Estudiantes, Profesores, Trabajadores y ciudadanía en general.

PRESUPUESTO: Impresión de 5,000 carteles

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Durante el periodo de duración de la coyuntura electoral.

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

México: Entre la coyuntura electoral y "la otra campaña" zapatista

Lunes 31 de octubre de 2005, por Héctor de la Cueva. El 6 de julio del 2006 habrá elecciones presidenciales en México (mismas que acontecen cada seis años). Para cuando esto ocurra, el país habrá ya estado marcado por el "ambiente preelectoral" –con toda la descomposición política, escándalos y pugnas que conlleva- por tres años. ¿Por qué está siendo así?

En el 2000, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) perdió las elecciones por primera vez en setenta años. A pesar de la imagen exterior de ser un país democrático, el PRI había mantenido a México prácticamente bajo la dictadura de un solo partido, organizando a la sociedad de manera corporativa, y recurrido a la represión más brutal cuando el "consenso social" no era suficiente. Diversos movimientos políticos y sociales, especialmente desde 1968, fueron enfrentando y minando al régimen del PRI. La izquierda mexicana creció y jugó un papel central en todo esto. Incluso, en 1988 una buena parte de la izquierda apoyó la candidatura democrática y nacionalista de Cuauhtémoc Cárdenas –quien venía del PRI- y ganó las elecciones presidenciales, pero el triunfo le fue arrebatado a Cárdenas por un fraude. Cárdenas habría de formar entonces el Partido de la Revolución Democrática (PRD), en el que se disolvió una buena parte de la izquierda bajo la dirección del ala que recién había roto con el PRI.



Sin embargo, en el 2000, quien terminó capitalizando los avances hechos por todo este movimiento democratizador y sacando al PRI del poder fue el Partido Acción Nacional (PAN), el partido tradicional de la derecha, y su candidato Vicente Fox, ex gerente de la Coca Cola. El fenómeno del "voto útil" arrastró a la mayoría del voto popular, incluso de sectores de la izquierda que juzgaron que lo importante era sacar al PRI. De esa manera, el gobierno de Fox inició con una importante legitimidad y con grandes expectativas de transformación de lo que habían sido los pilares del PRI, al menos en el terreno democrático.

La gestión de Fox

No obstante, la frustración sobre "el gobierno del cambio" llegó pronto y Fox comenzó a mostrar una incapacidad y una debilidad inauditas. No sólo intentó, como era de esperarse, dar continuidad a la agenda neoliberal de su antecesor y avanzar en la integración subordinada de México a Estados Unidos, sino que no hizo nada por cambiar las estructuras antidemocráticas legadas por el PRI –pactó por ejemplo con la vieja estructura sindical corporativa– y no saldó como había prometido las cuentas pendientes del PRI en cuanto a crímenes de Estado: las desapariciones de personas durante la guerra sucia de los setentas, las matanzas de estudiantes, los magnicidios. Pero, además, no consiguió tampoco avanzar gran cosa en su intento de "reformas estructurales" neoliberales, pues el PRI y el PRD juntos tienen mayoría en el Congreso. Es decir, no ha tenido contentos ni al pueblo ni al capital, además de cultivar una imagen de presidente torpe e inexperto. Así, de manera inédita, a mitad de su periodo declaró abierta la "carrera presidencial", como si todo lo que un país debiera esperar son las elecciones de cada seis años. A partir de entonces, la descomposición social y política ha ido avanzando, incluyendo la guerra desatada por el narcotráfico, los escándalos de corrupción, los golpes entre los "precandidatos" de los distintos partidos e incluso los crímenes políticos.

En este marco, la figura de Andrés Manuel López Obrador, hasta hace poco Jefe de Gobierno de la Ciudad de México por el PRD, ha ido creciendo inconteniblemente. Desde hace más de un año, todas las encuestas lo ubican muy por encima de sus adversarios en las preferencias electorales para la presidencia. La torpeza y desesperación que han caracterizado diversos intentos del gobierno federal por desacreditarlo o incluso sacarlo de la carrera electoral con trucos legales sólo han conseguido fortalecerlo. Si las elecciones fuesen mañana, lo más probable es que ganara López Obrador y el PRD, seguido por el PRI. Incluso algunos sectores importantes de empresarios han empezado a pensar que es mejor acercársele y negociar. De hecho, el problema es que, a pesar de las acusaciones de ser populista y de izquierda, López Obrador se



asume a sí mismo como una persona de "centro" y no representa realmente un proyecto de izquierda, y mucho menos el PRD, que se ha ido descomponiendo cada día entre la corrupción y los intereses electorales. Ciertamente, sin embargo, el triunfo de López Obrador podría representar un cambio sobre todo en el terreno geopolítico, si es que se inclina por mirar hacia los bloques de países progresistas de Sudamérica en lugar de mantener la subordinación hacia Estados Unidos. Y todavía no está clara cuál será la estrategia de Estados Unidos frente al escenario mexicano.

A fines de este año, pues, estarán arrancando formalmente las campañas electorales y el país estará aún más marcado por esta coyuntura, en medio sin embargo de un gran cansancio de la población por este interminable show y con un gran descrédito de toda la clase política.

La "Otra Campaña" Zapatista

En los últimos meses, sin embargo, ha saltado al escenario nacional otro actor político clave: el movimiento zapatista, quien ha anunciado su intención de recorrer todo el país en lo que ha llamado "la otra campaña", al margen de la competencia electoral.

Como se recordará, el 1 de enero de 1994, también en vísperas de elecciones presidenciales, se produjo en el sureste mexicano el levantamiento armado de los pueblos indios organizados en el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), quien ha tenido como su vocero al Subcomandante Insurgente Marcos. El levantamiento sacudió a todo el país, rompió el espejismo neoliberal construido por el presidente Salinas de Gortari y catalizó una profunda crisis política de los de arriba que incluyó asesinatos entre las propias filas del poder, si bien el PRI terminó imponiéndose en las elecciones.

La fuerza del EZLN, el apoyo decidido de la sociedad civil nacional e internacional y las circunstancias políticas obligaron al gobierno a negociar un acuerdo de paz. Sin embargo, desde entonces, se mantiene en el estado de Chiapas una "guerra de baja intensidad" contra el EZLN, que incluye la presencia permanente de decenas de miles de soldados del gobierno federal en las zonas indígenas. En cierta forma, además de las tropas insurgentes acuarteladas en las montañas, el ejército popular del EZLN basado en las comunidades indígenas está ahí también todos los días frente a frente del ejército federal.



En medio de esto, el EZLN ha impulsado en todos estos años distintas iniciativas políticas nacionales e internacionales convirtiéndose incluso en un factor global, sin abandonar sin embargo la auto circunscripción a la causa del reconocimiento de los derechos y cultura indígenas como absoluta y casi única prioridad durante todo este periodo. La última iniciativa fue la llamada Marcha del color de la Tierra en el 2001, que llevó a una delegación zapatista a recorrer todo el país para buscar la reforma constitucional que permitiese el reconocimiento de los pueblos indios tal y como se había pactado en las pláticas de paz. El Congreso, no obstante, traicionó esos acuerdos. El EZLN, entonces, optó por el silencio y por dedicarse a construir en los hechos la autonomía de los pueblos indios con la creación de municipios rebeldes y las Juntas de Buen Gobierno, proceso que ha culminado en las zonas rebeldes.

Así llegó este nuevo periodo electoral y de descomposición política, y el EZLN decidió hablar nuevamente y actuar. En la Sexta Declaración de la Selva Lacandona, el EZLN ha marcado su postura opuesta a todos los partidos políticos, incluso al PRD y López Obrador; ha anunciado que ya no se limitará a la lucha indígena, aunque sigue siendo su prioridad, sino que se dirigirá a todos los sectores sociales explotados y oprimidos; ha declarado que tomará iniciativas nacionales e internacionales, incluyendo un nuevo encuentro intercontinental; ha convocado a construir con todos los de abajo y desde abajo un verdadero nuevo proyecto de nación; ha declarado que se propone impulsar con todos los que estén de acuerdo un nuevo y verdadero proyecto de izquierda, y que todo este esfuerzo no está sujeto a la coyuntura electoral, que va mucho más allá. Para ello, ha convocado a sumarse a la realización de "otra campaña", paralela a las campañas electorales y ajena a los intereses que se dirimen ahí, sin que eso signifique un llamado a no votar, como un diálogo de los de abajo. La Otra Campaña iniciará el 1 de enero del 2006 con la salida para recorrer todo el país del Subcomandante Insurgente Marcos. Después de ese recorrido saldrá una delegación más amplia del EZLN para dar pasos más concretos en la construcción de una nueva alternativa de izquierda en México. Con ese propósito, centenas de organizaciones y miles de personas participaron ya en reuniones con el EZLN en la selva chiapaneca para organizar esta nueva iniciativa.

De esta manera, el escenario político mexicano tiene un nuevo actor que viene a completar la complejidad de los próximos meses y del futuro del país que está en juego.



Los movimientos sociales, que se han venido fortaleciendo y dando pasos en su compleja y frágil unidad, son otro actor fundamental que sin embargo no enfrenta con una sola estrategia este panorama. Algunos sectores están abiertamente involucrados en la negociación con los actores políticos hacia las elecciones; otros, simpatizan claramente con el zapatismo; y la gran mayoría tiene dividido su corazón. Después de las elecciones todo será diferente. ¿Cuál es el futuro del país y de la izquierda mexicana? Mejor no hacer predicciones.

Héctor de la Cueva es Coordinador General del Centro de Investigación Laboral y Asesoría Sindical (CILAS A.C.) y miembro de la Coordinación Nacional de la Red Mexicana de Acción Frente al Libre Comercio (RMALC)

<http://alainet.org/docs/spip.php?article12337>

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Para poder satisfacer la necesidad de comunicación gráfica que me solicitó la A.C. fue necesario un ejercicio de reflexión y al igual que en los anteriores carteles, presento un resumen de las conclusiones de dichas reflexiones realizadas a partir del análisis de los miembros de la Asociación Civil. Considero que la coyuntura política ocasionada por las elecciones el 2006 ha sido uno de los momentos más difíciles que han vivido dentro de la izquierda de nuestro país, cuando dos de las fuerzas más importantes y representativas, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional y el Proyecto Alternativo de Nación se dividen como resultado de la sexta declaración de la Selva Lacandona publicada por el EZLN entorno a los comicios electorales, donde exponen su inconformidad con los gobiernos y la exclusión de todos y todas quienes habíamos estado participando con ellos por los derechos de los y las indígenas si decidíamos votar.



La radicalización del Subcomandante Marcos en contra de las elecciones, diciendo que todos los políticos son iguales y que la verdadera solución se encontraba en su movimiento provocó conflictos entre gente de izquierda y divisiones importantes que hubieran podido incrementar significativamente el número de votantes por el Proyecto Alternativo de Nación, que también incluía el respeto a los derechos de las comunidades indígenas con los Acuerdos de San Andrés. Considero que esta división afectó a los dos movimientos porque por un lado, muchos jóvenes que siguen al Subcomandante Marcos dejaron de votar y por otro lado, muchos artistas e intelectuales decidieron retirarse de las filas del movimiento zapatista con el EZLN y por lo tanto dejaron de enviar ayuda económica a los zapatistas. El análisis que se hacía en la Asociación Civil nos llevó a la conclusión de nuestro sentir en una frase en la que nos reconocemos quienes hemos estado en todas las luchas que representen los derechos, ideales y sueños de las mayorías oprimidas, del pueblo. “En la selva, en las calles, en las urnas... todos contra el neoliberalismo” porque al final, la izquierda busca lo mismo, que es un mundo más justo y digno para todas y todos. Dicho cartel debía representar los diferentes espacios desde los cuales se llevaba a cabo alguna lucha social, utilicé fotografías, una de un muñeco de lana que representa a un zapatista, otra de los obreros y trabajadores y las manos representan el voto en las urnas. Con una transparencia roja para darle mayor jerarquía al texto en blanco, las imágenes funcionan como textura con contenido que refuerza el mensaje y la última parte de la consigna se enmarca con una línea negra atrás pero surge para connotar que el movimiento nace de la idea de luchar en contra del neoliberalismo.



2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.



4. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Imágenes obtenidas de Internet y fotografías que tomé y revelé en blanco y negro.

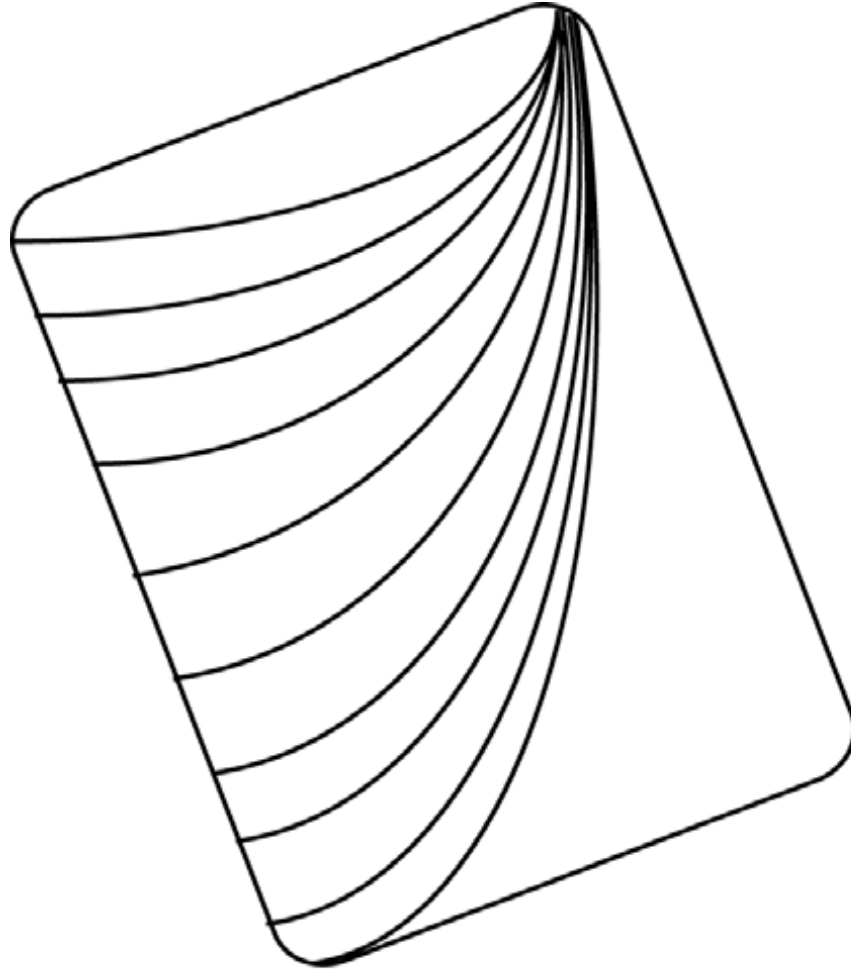
Manipulación de imágenes en Photoshop CS. Utilicé la herramienta de varita mágica para recortar ciertas partes de la imagen y después pintarlas con bote de pintura de color rojo del fondo. Disminuí la opacidad de las fotografías y les apliqué un filtro también rojo.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA









DIMENSIÓN SOCIAL-PARTICIPATIVA

Cartel:

Proyecto Escuela Nacional de Trabajo Social

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda social-participativa.

TEMA A RESOLVER: Diseñar un cartel que invite a la gente a participar en el proyecto de rehabilitación de un parque por parte de las compañeras de la Escuela Nacional de Trabajo Social.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Que las personas que viven en la Colonia “Los ángeles” de Iztapalapa acudan a la rehabilitación de un parque que se encontraba abandonado para que sea utilizado por los niños y jóvenes de la comunidad.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

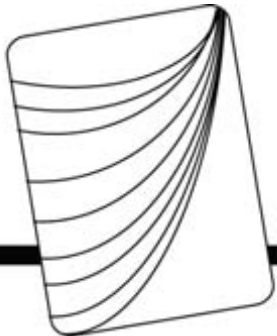
CLIENTE/USUARIO: Compañeras de la Escuela Nacional de Trabajo Social de la UNAM.

PATROCINADOR: Compañeras de la Escuela Nacional de Trabajo Social de la UNAM.

PERCEPTOR: Comunidad de la colonia “Los ángeles” de Iztapalapa.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: del 1 de mayo al 10 de junio

PRESUPUESTO: Las compañeras de la ENTS imprimieron 15 carteles y una lona.



1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

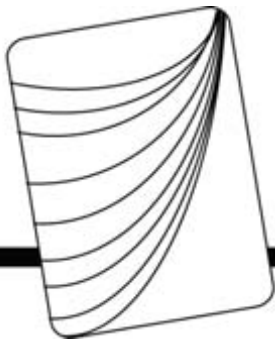
Las compañeras estudiantes de la Licenciatura en Trabajo Social de la Universidad Nacional Autónoma de México trabajan en un proyecto en el cual para finalizar, deben proponer algo dentro de la comunidad donde trabajaron y ellas decidieron rehabilitar el parque de la colonia para que pueda ser un espacio limpio y adecuado para que entre la gente a jugar o descansar, para la reinauguración del parque han organizado algunas actividades como juegos de futbol. La información que me proporcionaron es la siguiente:

Universidad Nacional Autónoma de México

La escuela Nacional de Trabajo Social trabaja en el proyecto: “Rehabilitación y reforestación del parque” colonia “Los ángeles” Iztapalapa, D.F. Te invitamos a participar con tu apoyo todos los sábados del 6 de mayo al 10 de junio de las 9 a las 12:30 .Participa

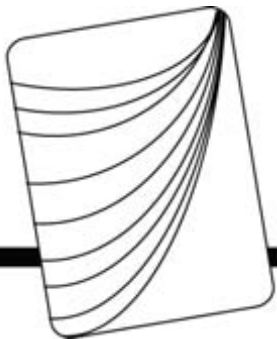
1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Lo que las compañeras de la ENTS querían era rescatar el parque para darles una opción de esparcimiento a los niños, niñas y jóvenes de la colonia y consideré que la ilustración debía representar algo a quienes lo observaran, tanto a quienes iban a disfrutar el parque rehabilitado como a los papás y las mamás de esos jóvenes y niños. Por lo tanto debía ser una imagen amable y que connotara diversión y salud. Y pienso que la caricatura es una forma interesante que puede funcionar muy bien para este fin. Los colores deben ser alegres que apoyen también a la jerarquización de los demás elementos del diseño como la información para que acudan a la rehabilitación del parque.



2. CREATIVIDAD

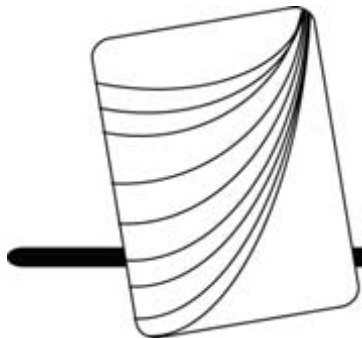
2.1 Lluvia de ideas.



3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Con la herramienta de la tableta digitalizadora dibujé la ilustración en el programa de Photoshop CS y se imprimió en papel couché además de una lona que se colocó en el parque a rehabilitar.

4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA





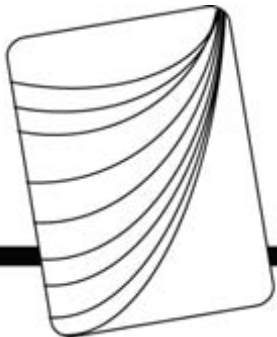
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

La Escuela Nacional de Trabajo Social
trabaja en el Proyecto:

**“Rehabilitación y Reforestación del Parque”
Colonia “Los Angeles” Iztapalapa D. F.**

Te invitamos a participar con tu apoyo los sábados
del 6 de mayo al 10 de junio
de las 9:00 a las 12.30hrs

¡ PARTICIPA !



6. Propuesta final

Tipografía: Berlin Sans

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

La Escuela Nacional de Trabajo Social
trabaja en el Proyecto:

“Rehabilitación y Reforestación del Parque”
Colonia “Los Angeles” Iztapalapa D. F.

Te invitamos a participar con tu apoyo los sábados
del 6 de mayo al 10 de junio
de las 9:00 a las 12.30hrs



¡ PARTICIPA !



Cartel:

“Foro de reflexión y análisis”

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda social-participativa.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel que informe y sobre las actividades del “Foro de reflexión y análisis” que organiza la Asociación Civil “Cultura, Trabajo y Democracia” y el Sindicato Mexicano de Electricistas.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Difundir el “Foro de reflexión y análisis” e informar sobre fechas y horarios de conferencias.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

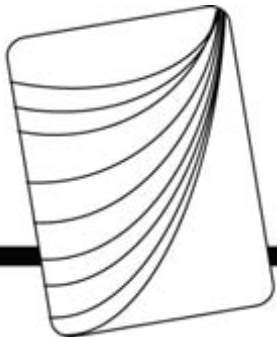
CLIENTE/USUARIO: Escuela de Cuadros Sindicales del SME y CUTRADEM.

PATROCINADOR: Escuela de Cuadros Sindicales del SME y CUTRADEM.

PERCEPTOR: Estudiantes de la Escuela de Cuadros Sindicales del SME, comunidad universitaria de la UAM, UNAM, UACH y UACM además de trabajadores del Sindicato Mexicano de Electricistas.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: del 25 de octubre al 14 de noviembre del 2007

PRESUPUESTO: Impresión de 1000 carteles.

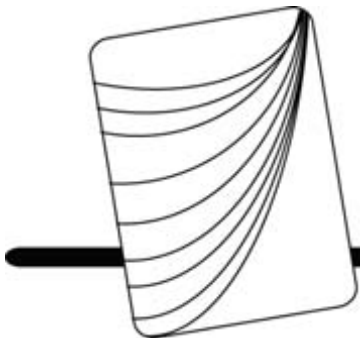


1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

El SME y la Asociación Civil me proporcionaron las fechas de las ponencias, los horarios, los nombres de los y las ponentes y la información que requerían para la realización del cartel.

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Al contener tanta información, el cartel debe tener una correcta jerarquización de los elementos además de que el contraste entre el fondo de la ilustración y las letras debe ser suficiente para que no sea un elemento más pesado que el otro. Decidí utilizar la misma ilustración que en el cartel “A un año de fraude electoral” porque el foro era referente al mismo tema, pero en el caso del cartel social-participativo debe haber otra disposición de los elementos que invite a la gente a leerlo e informarse de las fechas y horas de manera sencilla y directa sin perder la textura de la ilustración y enfatizando la parte artesanal del cartel.



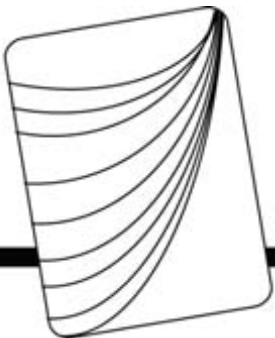
2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.




3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Ilustración con crayones y aerosol plateado sobre papel Fabriano con técnica de scratch board. Digitalización por medio del scanner de la ilustración y manipulación de imágenes en Photoshop CS con la herramienta de curvas, contraste y brillo para mejorar los colores. Corté la ilustración y utilicé solo un fragmento para enfatizar los trazos.



5. Propuesta final con trama



foro Reflexión y análisis

El Sindicato Mexicano de Electricistas a través de su Escuela de Cuadros Sindicales y la Asociación Civil "Cultura, Trabajo y Democracia" invitan al Foro de Reflexión y análisis

"A un año... estamos de vuelta.
Hacia la reorganización del movimiento social y la lucha unitaria"

**Sesión miércoles
31 de octubre
De 18 a 20 hrs**

GUILLERMO ALMEYRA ("La Jornada")
ENRIQUE DUSSEL (UAM/UNAM)
MARTIN ESPARZA FLORES (Secretario General SME)
Modera:
LUIS ROLANDO RESENDIZ
(Secretario de Educación y Propaganda SME)

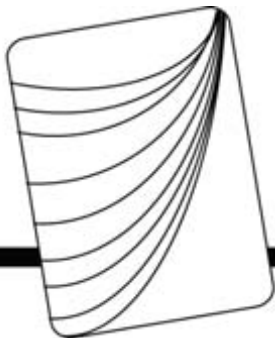
**Sesión miércoles
7 de noviembre
De 17 a 20 hrs**

ROSA ALBINA GARAVITO (UAM)
JOSÉ ANTONIO ALMAZÁN (Diputado Federal PRD/SME)
LOURDES URANGA (Cultura, Trabajo y Democracia, A.C.)
FERNANDO AMEZCUA (Secretario del Exterior SME)
EDGAR BELMONT (Escuela de Cuadros Sindicales/
Cultura, Trabajo y Democracia, A.C.)
Modera:
ARTURO RAMOS (Cultura, Trabajo y Democracia, A.C.)

**Sesión miércoles
14 de noviembre
De 17 a 20 hrs**

ROSARIO IBARRA
(Senadora PRD/Frente Nacional Contra la Represión)
HÉCTOR DÍAZ POLANCO (Revista Memoria)
JOSE DURAN (Unión Campesina Democrática)
HUMBERTO MONTES DE OCA (Secretario del Interior SME)
MIGUEL ANGEL LARA (Cultura, Trabajo y Democracia)
Modera:
EDUARDO BOBADILLA ZARZA
(Secretario de Fomento a la Salud SME)

AUDITORIO DEL SINDICATO MEXICANO DE ELECTICISTAS
Antonio Caso N° 45 Col. Tabacalera



6. Propuesta final

Tipografía:
Maiandra GD, Chaparral Pro



foro Reflexión y análisis

El Sindicato Mexicano de Electricistas a través de su Escuela de Cuadros Sindicales y la Asociación Civil "Cultura, Trabajo y Democracia" invitan al Foro de Reflexión y análisis

"A un año... estamos de vuelta.
Hacia la reorganización del movimiento social y la lucha unitaria"

Sesión miércoles 31 de octubre
De 18 a 20 hrs

GUILLERMO ALMEYRA ("La Jornada")
ENRIQUE DUSSEL (UAM/UNAM)
MARTIN ESPARZA FLORES (Secretario General SME)
Modera:
LUIS ROLANDO RESENDIZ
(Secretario de Educación y Propaganda SME)

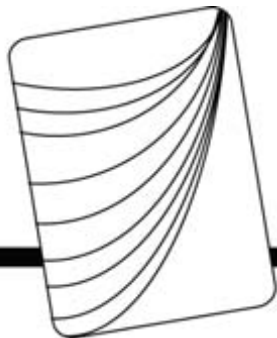
Sesión miércoles 7 de noviembre
De 17 a 20 hrs

ROSA ALBINA GARAVITO (UAM)
JOSÉ ANTONIO ALMAZÁN (Diputado Federal PRD/SME)
LOURDES URANGA (Cultura, Trabajo y Democracia, A.C.)
FERNANDO AMEZCUA (Secretario del Exterior SME)
EDGAR BELMONT (Escuela de Cuadros Sindicales/
Cultura, Trabajo y Democracia, A.C.)
Modera:
ARTURO RAMOS (Cultura, Trabajo y Democracia, A.C.)

Sesión miércoles 14 de noviembre
De 17 a 20 hrs

ROSARIO IBARRA
(Senadora PRD/Frente Nacional Contra la Represión)
HÉCTOR DÍAZ POLANCO (Revista Memoria)
JOSE DURAN (Unión Campesina Democrática)
HUMBERTO MONTES DE OCA (Secretario del Interior SME)
MIGUEL ANGEL LARA (Cultura, Trabajo y Democracia)
Modera:
EDUARDO BOBADILLA ZARZA
(Secretario de Fomento a la Salud SME)

AUDITORIO DEL SINDICATO MEXICANO DE ELECTICISTAS
Antonio Caso N° 45 Col. Tabacalera



Cartel:

Foros regionales de energía

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda social-participativa.

TEMA A RESOLVER: Elaborar un cartel sobre los “Foros regionales de energía”.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Diseñar un cartel que se propondrá al grupo organizador para que difunda los Foros regionales de energía.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

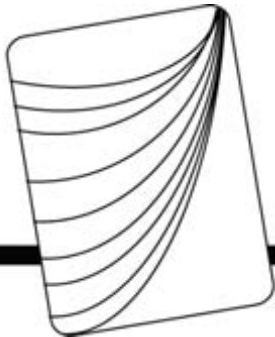
CLIENTE/USUARIO: Miguel Ángel Lara.

PATROCINADOR: Grupo organizador de los Foros Regionales de Energía.

PERCEPTOR: Sindicatos y Asociaciones que formen parte de los Foros.

PRESUPUESTO: Indefinido

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Las que el grupo organizador determine.



1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

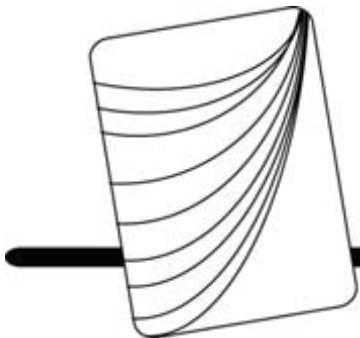
El Maestro Miguel Ángel Lara me solicitó un cartel para difundir los Foros Regionales de Energía donde confluyen distintos sindicatos y organizaciones sociales de distintas partes de Latinoamérica en nuestro país.

1.5. ANÁLISIS DE DATOS

A partir de la idea de que a los foros acudirían sindicalistas y trabajadores de la energía de distintas partes de Latinoamérica a nuestro país para reflexionar y hacer análisis acerca del rumbo que llevan sus organizaciones y su situación laboral, elaboré la propuesta con base en un tejido guatemalteco de fondo y silueta de la República Mexicana dentro de la textura, ambas enmarcadas con manos ya que la frase que identificaba estos eventos era “Por la unión de los pueblos para generar un mundo mejor”.

2. CREATIVIDAD

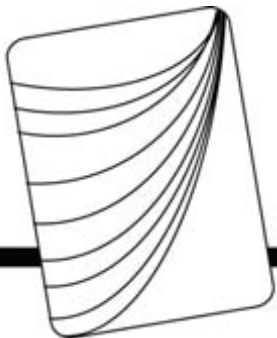
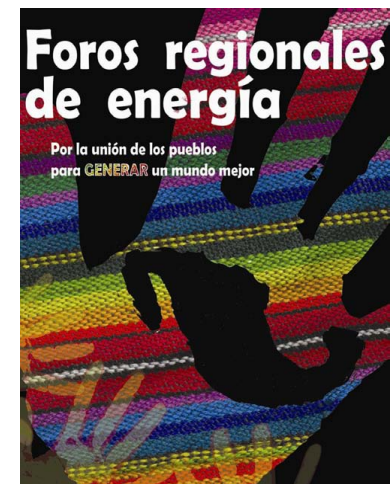
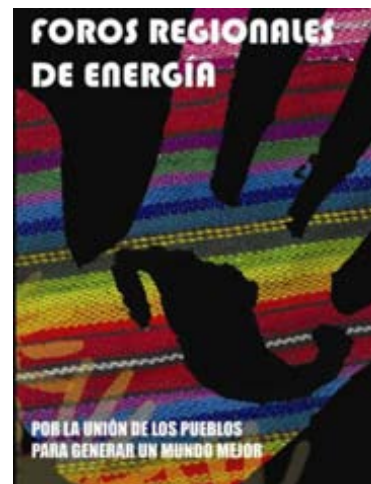
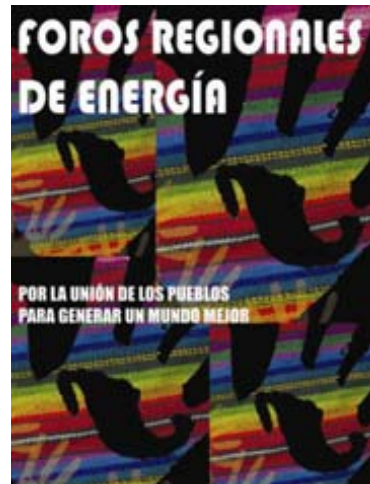
2.1 Lluvia de ideas.

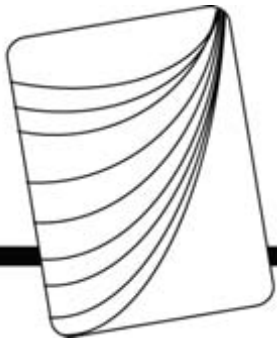
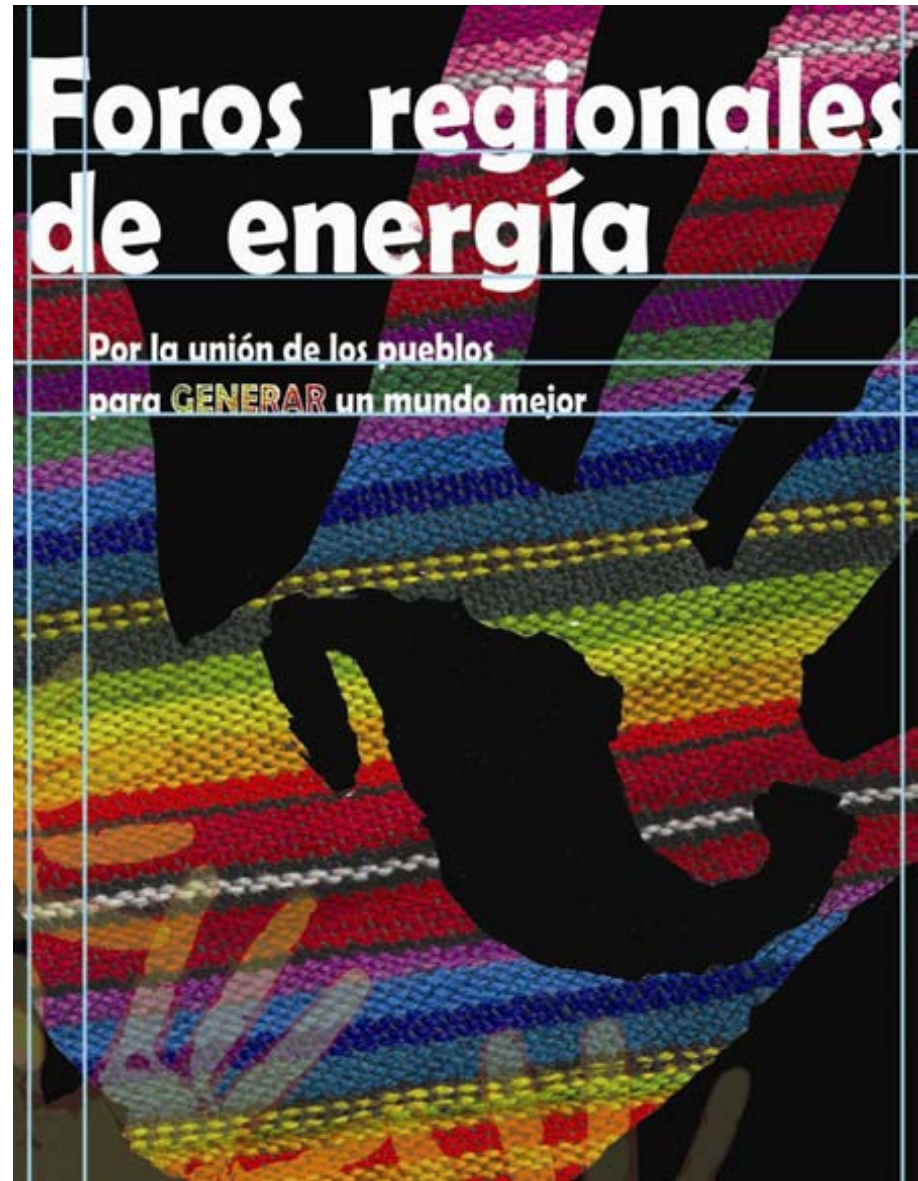


3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Utilizando el scanner obtuve la imagen de un tejido guatemalteco, el cual modifiqué en el programa de Photoshop CS dentro del dibujo de mis manos. También usé la herramienta de sustitución de color para cambiar los colores de las manos, después, con la herramienta de plumilla dibujé la República Mexicana sobre la capa de la mano con textura de tejido para dar la impresión de calado. Decidí jerarquizar el texto utilizando el color blanco para generar el contraste entre el fondo y la tipografía además de, a manera de juego de palabras, rellenar las letras de “generar” con la misma textura del tejido.

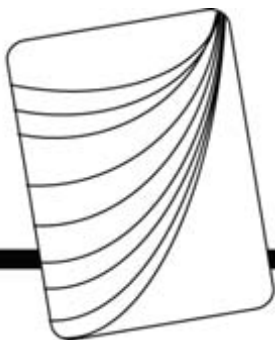
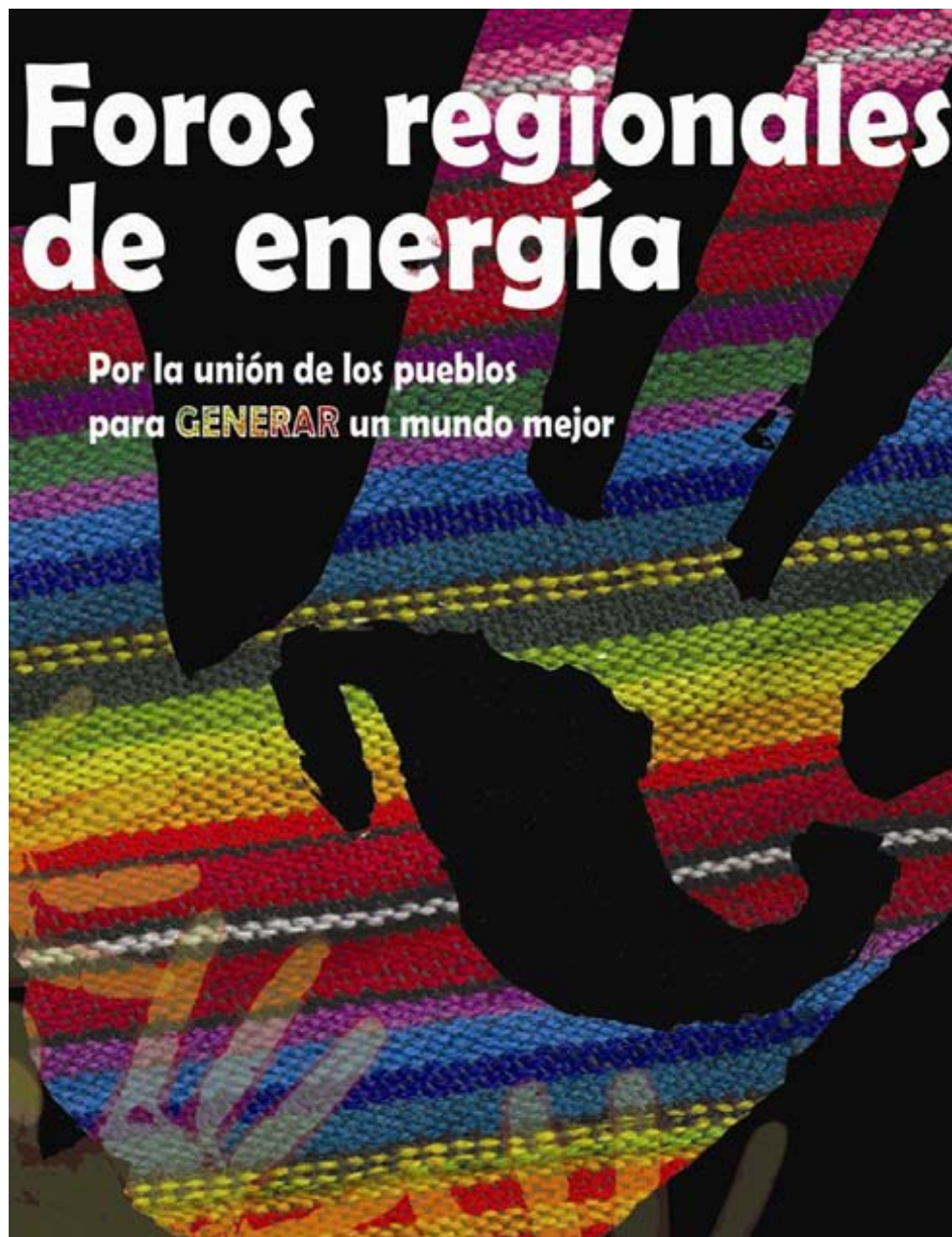
4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA





6. Propuesta final

Tipografía:
Berlin Sans FB



Cartel:

“Voto por voto”

1. PROBLEMA

NECESIDAD: Un cartel de propaganda social-participativa.

TEMA A RESOLVER: La petición del Frente Universitario de Apoyo Crítico a Andrés Manuel López Obrador para diseñar un cartel con la consigna de “voto por voto”.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVO: Informar de las actividades que realiza el Frente Universitario durante el plantón de Reforma.

1.3 ELEMENTOS DEL PROBLEMA

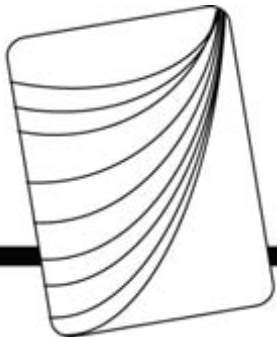
CLIENTE/USUARIO: Frente Universitario de Apoyo Crítico a Andrés Manuel López Obrador.

PATROCINADOR: Frente Universitario de Apoyo Crítico a Andrés Manuel López Obrador.

PERCEPTOR: Comunidad de la UAM, UNAM, UACM, UACH y gente del plantón de Reforma.

PRESUPUESTO: 1000 carteles.

FECHAS DE PUBLICACIÓN: Durante el plantón de Reforma.

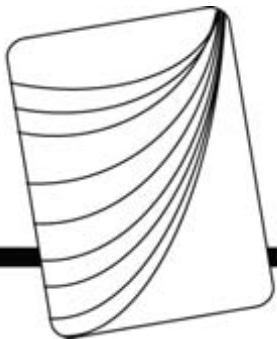


1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

El Frente Universitario de Apoyo Crítico Es un espacio amplio de participación democrática de alumnos, trabajadores y académicos de la UNAM para mejorar nuestras condiciones de estudio, defender la Universidad Pública e impulsar la democratización de nuestra Casa de Estudios. Nace para apoyar la candidatura de Andrés Manuel López Obrador desde un punto de vista crítico y propositivo. Por los compromisos que dicho candidato ha hecho con las Universidades públicas y para que cuando llegue al poder los mantenga y los cumpla desde un diálogo constante de nuestro Frente con su gabinete.

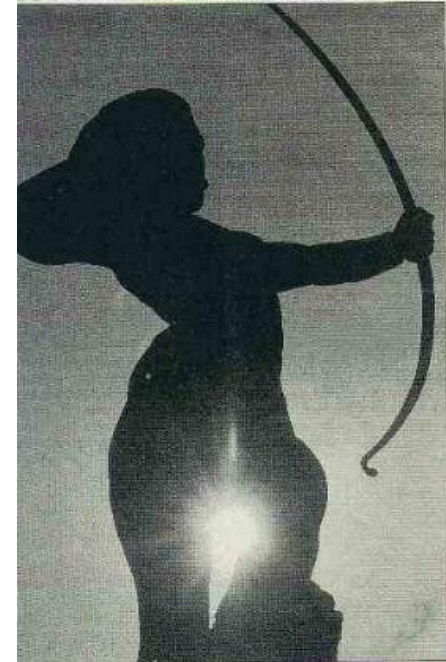
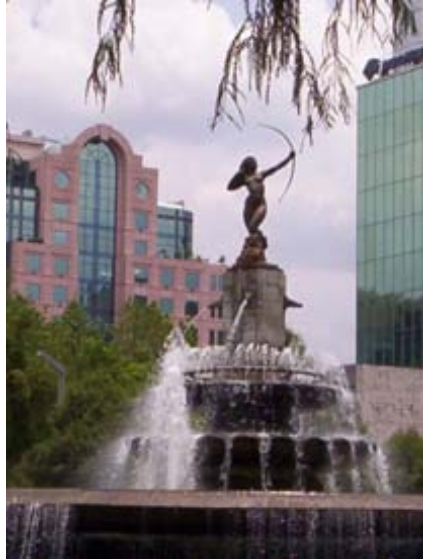
1.5. ANÁLISIS DE DATOS

Después del fraude electoral, la gente se organizó para protestar y se colocó un plantón en la Avenida Reforma del Distrito Federal. El Frente Universitario me solicitó el diseño de un cartel para promover actividades culturales y artísticas en el campamento de las Universidades cerca de la Diana Cazadora, por lo tanto decidí utilizar una fotografía de esta escultura para que las personas identificaran con facilidad el lugar donde se encontraba el campamento y donde se realizarían las manifestaciones artísticas y culturales que enunciaba en el mismo cartel, los colores representan a la comunidad universitaria de la UNAM porque el Frente Universitario surgió en la Facultad de Filosofía y Letras de Ciudad Universitaria y gran parte de los miembros de ese grupo somos de la UNAM.



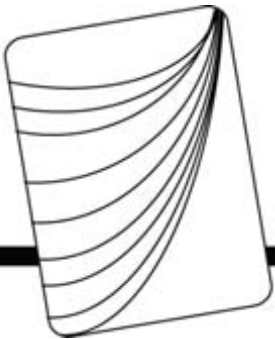
2. CREATIVIDAD

2.1 Lluvia de ideas.

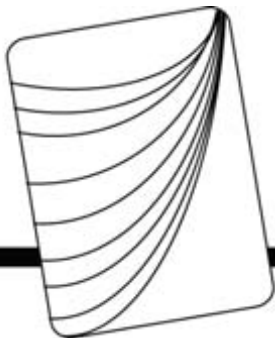
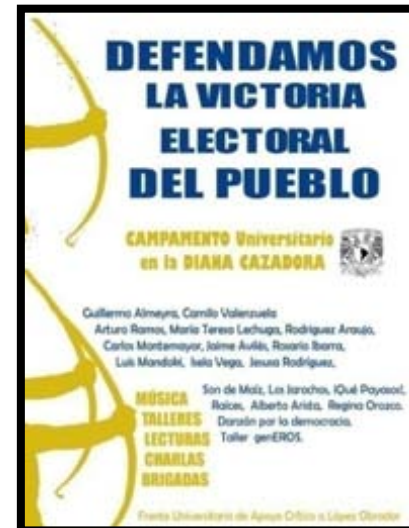
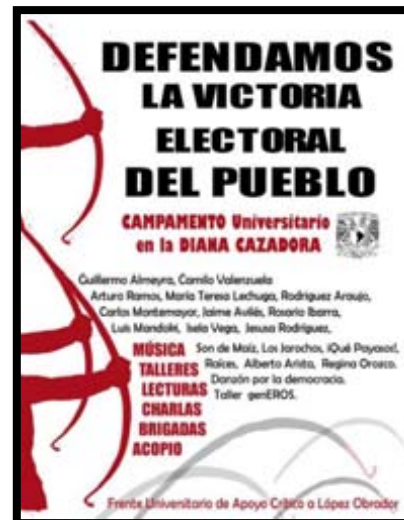
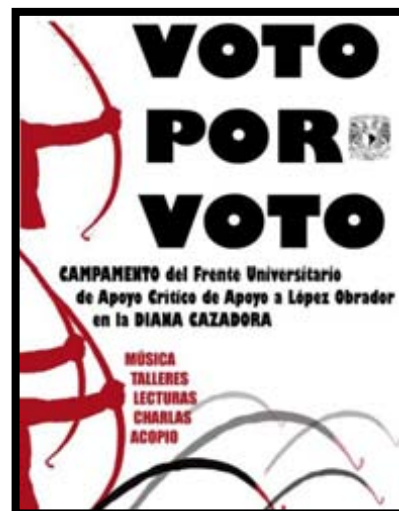
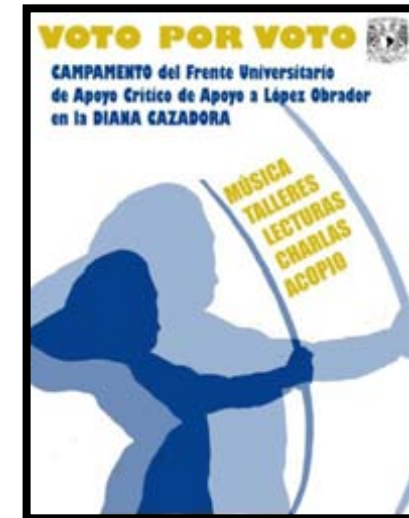
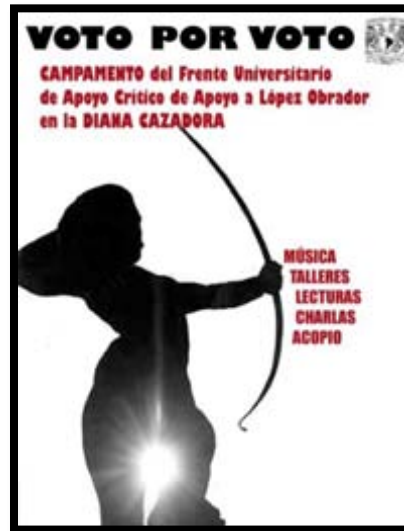



3. MATERIALES Y TECNOLOGÍA

Tomé la fotografía de la Diana Cazadora de un banco de imágenes de internet y la modifiqué en Photoshop CS para redibujar la silueta y poder darle un color y textura diferente y la corté para utilizar solamente la parte de la diana como símbolo con el cual la gente identificaba fácilmente el lugar.




4. PRUEBAS DE COLOR Y TIPOGRAFÍA





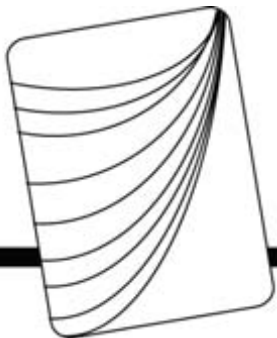
DEFENDAMOS LA VICTORIA ELECTORAL DEL PUEBLO

CAMPAMENTO Universitario
en la **DIANA CAZADORA** 

Guillermo Almeyra, Camilo Valenzuela
Arturo Ramos, María Teresa Lechuga, Rodríguez Araujo,
Carlos Montemayor, Jaime Avilés, Rosario Ibarra,
Luis Mandoki, Isela Vega, Jesusa Rodríguez,


MÚSICA Son de Maíz, Los Jarochos, ¡Qué Payasos!,
Raíces, Alberto Arista, Regina Orozco.
TALLERES Danzón por la democracia.
LECTURAS Taller genEROS.
CHARLAS
BRIGADAS

Frente Universitario de Apoyo Crítico a López Obrador




6. Propuesta final

Tipografía:
Berlin Sans FB Demi Bold



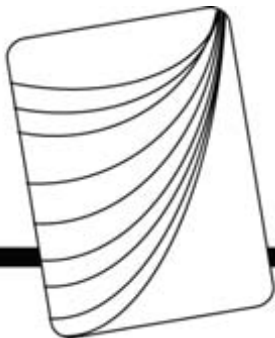
DEFENDAMOS LA VICTORIA ELECTORAL DEL PUEBLO

CAMPAMENTO Universitario
en la **DIANA CAZADORA** 

Guillermo Almeyra, Camilo Valenzuela
Arturo Ramos, María Teresa Lechuga, Rodríguez Araujo,
Carlos Montemayor, Jaime Avilés, Rosario Ibarra,
Luis Mandoki, Isela Vega, Jesusa Rodríguez,

MÚSICA Son de Maíz, Los Jarochos, ¡Qué Payasos!,
TALLERES Raíces, Alberto Arista, Regina Orozco.
LECTURAS Danzón por la democracia.
CHARLAS Taller genEROS.
BRIGADAS

Frente Universitario de Apoyo Crítico a López Obrador



Haber estado en contacto directo con las texturas de esta inmensidad que es el Diseño Gráfico me permitió conjugar, por medio de la investigación, la teoría con la práctica, conocer mejor las herramientas tecnológicas que nos da la interdisciplina para entonces, comprobar la hipótesis planteada al inicio de este proyecto: El diseño y el uso social del cartel es una forma adecuada de generar un producto de diseño que responda a las necesidades visuales informativas de la sociedad actual.

Las representaciones visuales tienen diferente función de acuerdo al contexto y a la retórica, esto es, al lenguaje que contienen. Uno de los medios visuales más difundidos y que mejor ha manejado con diversos elementos gráficos el diseñador es el cartel. Un medio a través del cual se pueden cubrir las diferentes dimensiones de contenido: la dimensión educativa, la dimensión cultural-artística, la dimensión informativa-propagandística, y la dimensión social-participativa. Realizar un análisis y propuesta gráfica en este terreno, me permitió proponer proyectos y alternativas viables de concreción, sobre todo en un contexto en el cual la información circula rápidamente de manera primordial a través del terreno visual o gráfico. Con esta investigación pude desempeñarme como profesional del Diseño Gráfico, emplear todos los elementos teórico-metodológicos del mismo, así como destacar varias técnicas para contribuir a proponer medios sociales, informativos y estéticos para la población.

El hecho de lograr una mejor comunicación visual, y, de alguna manera contribuir desde el terreno de lo educativo con un aprendizaje significativo para la conocida alfabetidad visual, es esencial para las sociedades de hoy en día enmarcadas en un contexto conocido como globalización en el que, uno de los

rasgos a destacar es el rápido flujo de información icónica o gráfica a través de diferentes medios que no sólo se ciñen a lo digital, sino que siguen destacando varios métodos y técnicas factibles de renovar y adecuar o actualizar según las necesidades actuales como el uso del cartel.

El neoliberalismo es una estrategia actualizada de dominación y hegemonía del capital sobre el trabajo. La globalización es un proceso histórico que contempla cinco rasgos centrales:

1. La mundialización de la economía, que se refiere a la concentración del capital de las transnacionales en todo el mundo.
2. La Tercera Revolución científica y tecnológica, “con base en las revoluciones de la microelectrónica y de la informática, así como de la robótica y el descubrimiento y generación de nuevos materiales.” (Ramos 2004: 59)
3. La crisis del Estado-Nación, para convertirse en Estado internacionalizado. “El impulso de determinadas políticas industriales, laborales, comerciales, etcétera, ya no dependen tanto de un cierto equilibrio de intereses y fuerzas entre los sectores sociales de una nación o de su correspondencia con un proyecto autónomo de crecimiento económico y de distribución de riqueza, sino de las necesidades del marco regional en la competencia con otros bloques o de la definición de modelos impuestos desde instancias supranacionales como el FMI o el Banco Mundial” (Ramos 2004: 69)
4. Nuevo orden político internacional. “Concepto que hace alusión a los cambios sucedidos en las últimas décadas y que tienen que ver fundamentalmente con la desestructuración paulatina del esquema de relación prevaleciente entre las naciones durante un buen tiempo...” (Ramos 2004: 75)
5. La cultura global.

“Emergen y se expanden nuevas identidades, que en buena medida son viejas identidades, pero que hoy son relocalizadas física y simbólicamente en espacios y tiempos indeterminados.” (Ramos 2004: 96)

Se ha incrementado de forma extraordinaria el consumismo y la implementación de aparatos y máquinas que resultan indispensables para nuestras vidas.

Todo debe ser lo más rápido y óptimo posible, las redes que atraviesan el mundo logran comunicarnos de manera inmediata a los sitios más alejados de la tierra. Todos estos avances tecnológicos se han desarrollado en el marco de una estrategia neoliberal, cuyos síntomas, entre otros son la subordinación de los gobiernos a las exigencias de las grandes potencias, la miseria, invasiones, hambre, y una distribución injusta de la riqueza que se traduce en explotación y por lo tanto, en una disminución muy clara de la calidad de vida de los trabajadores de todo el mundo.

En los países del tercer mundo, como en México, el neoliberalismo lastima a las mayorías de una manera aplastante, la idea de homogeneizar a los ciudadanos del mundo ha ido excluyendo a los diferentes, los medios masivos de comunicación enajenan y uniforman al pueblo, imponen modas, juegan con los deseos y con las emociones de la gente, generan enfermedades y frustración, la violencia simbólica está presente en todas partes, el machismo, la discriminación, el maltrato a los animales y a la naturaleza, y toda clase de abusos se repiten una y otra vez en la televisión, en el radio, en Internet, espectaculares, periódicos, revistas, y en cualquier sitio donde se pueda colocar un anuncio.

“Los efectos culturales y educativos igualmente han estallado en formas variadas, tales como la presión para reajustar a la educación superior y tecnológica en función de los aparentemente novedosos perfiles de habilidades, destrezas, conocimientos científicos y aplicados específicos, identificación de lenguajes y

actitud ante el trabajo y las relaciones humanas; todo lo cual ha ido introduciendo nuevas identidades en la vida institucional de las universidades y demás escuelas, modificando el ambiente del quehacer académico y generando una mayor resistencia de las comunidades escolares” (Ramos 2004: 62)

En este contexto, resulta cada vez más complicado revertir la enajenación generada por el sistema, pero con los avances tecnológicos a los cuales tenemos acceso gracias a la globalización, se pueden generar ideas más creativas y tangibles, con una finalidad no neoliberal, en este caso, con la ética y la responsabilidad social que me han inculcado en nuestra Universidad Nacional Autónoma de México, difundir el Arte y la cultura y llegar a sensibilizar a la población es indispensable para mostrar que otro mundo es posible y para elevar el umbral de tolerancia a la frustración.

“Así, el neoliberalismo no ha podido encontrar del todo la fórmula para manejar irrestrictamente a la cultura globalizada, para convertirla en su principal arma ideológica, sino que ha tenido que aceptar que este recurso social en ocasiones le rinde frutos y en otras, muy a su pesar, contradice por completo sus principales consignas y sus acciones más decididas.”(Ramos 2004: 97)

En este contexto, es imprescindible formar sociedades conscientes de la importancia de una información que no sea saturada, sino que a su vez, se construya a sí misma como medio de educación, propaganda e incluso sea estética al tocar los linderos de lo artístico. (“Estética: Disciplina filosófica autónoma que estudia las distintas formas de manifestación de la belleza.

Dar un soporte teórico a conceptos de otra índole social, estilística, política, etc.” (Diccionario de Arte y artistas, Murray)

Considero que el beneficio inmediato que obtendría la sociedad receptora de carteles pensados crítica y socialmente, será recibir información de forma fácil y creativa, además con un sentido estético de lo visual, de tal forma que el trabajo pueda traducir o reflejar los conocimientos que aporta el Diseño Gráfico, entre ello, la significación artística de la representación. “En el arte es preciso ver, no un juguete placentero y agradable, sino el espíritu que se libera de las formas y el contenido de lo finito; la presencia y la conciliación de lo absoluto en lo sensible y la apariencia; un despliegue de la Verdad que no se agota como historia natural, sino que se revela en la historia universal de la cual es el aspecto más bello;” (Éluard: 40)

Acercar a la sociedad a la información de manera tangible a través de carteles gráficamente contruidos, fomentará su libertad para crear e imaginarse otras formas de interpretar la realidad y plasmarlas al recibir mensajes con un contenido sólido y profundo.

El diseño y el uso social del cartel es una forma de conjuntar todas las ramas de especialización del Diseño Gráfico, Envase, Ilustración, Audiovisuales, Diseño Editorial, Elaboración de Material Didáctico, etc. ya que requiere de un análisis adecuado para poder generar un producto de diseño que responda a las necesidades visuales informativas de la sociedad actual.

Otro aspecto que es importante resaltar es la intervención interdisciplinaria que tiene el Diseño Gráfico para la elaboración de material didáctico, pues resulta indispensable tener en cuenta la posibilidad de que el diseñador se vuelva, por así decirlo, comunicólogo, pedagogo, psicólogo, historiador, sociólogo, y que logre viajar por terrenos conceptuales de una disciplina a otra, de una ciencia a otra, con el fin de llenarse de conocimientos para después compartirlos con los demás de una forma más clara y concreta. “La

complejidad del mundo y de la cultura actual obliga a desentrañar los problemas con múltiples lentes, tantas como áreas de conocimiento existen; de lo contrario, es fácil que los resultados se vean afectados por las deformaciones que impone la selectividad de las perspectivas de análisis a las que se recurre.” (Torres 1996:47)

“ya no tenemos que dividir la realidad en compartimientos impermeables o plataformas superpuestas correspondientes a las fronteras aparentes de nuestras disciplinas científicas y, por el contrario, nos vemos compelidos a buscar interacciones y mecanismos comunes” (Ibid:155-156).

La elaboración de carteles con sentido social permite esa experimentación dentro de muchas otras disciplinas para comprender la importancia de un aprendizaje significativo en todos los ámbitos de nuestra vida como comunicadores gráficos.

Considero que la aportación de el presente trabajo consiste además en abrir un espacio más para la discusión, el análisis y la investigación de las y los compañeros que se encuentran sumergidos en el mar de posibilidades que es el Diseño Gráfico siendo así una invitación explícita a que se involucren y logren vivir apasionadamente esta maravillosa profesión de comunicar con las manos llenas de color, con las formas impregnadas en el alma y las texturas que se marcan a cada paso, con cada sueño y a cada grito por un lugar mejor.

ABOITES Hugo. El perfil educativo de México en el siglo XXI en: Lecturas Básicas I – El sistema modular, la UAM-X y la Universidad Pública.

UAM, México, 2004.

ABOITES, Hugo. Globalización y Universidad en: Lecturas Básicas I – El sistema modular, la UAM-X y la Universidad Pública.

UAM, México, 2004.

ACHA, Juan. Introducción a la teoría de los diseños. La cultura estética

BARNICOAT, John. Los carteles, su historia y su lenguaje.

Gustavo Gili, Barcelona, 2000.

CAMPOS, Miguel Ángel y Gaspar Sara. Las condiciones inmediatas de la construcción del conocimiento: un esquema para el análisis de la interacción en el aula en: Problemas de acceso al conocimiento y enseñanza de las ciencias.

IIMAS-UNAM, México, 1996

CHAVES, Norberto. El oficio de diseñar

Gustavo Gili, Barcelona, 2002.

CLAUDE, Jean. Intersubjetividad y Formación.

Ediciones novedades educativas, Buenos Aires, 1996.

CORREA, Hernández, Emilio. El rol social del diseñador gráfico. Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán, Tesis 2007.

DIAZ Barriga, Frida y Hernández, Gerardo. Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. McGraw Hill, México, 1997.

Diccionario de arte y artistas, murray.

Diccionario monográfico de Bellas Artes. VOX

FRASCARA, Jorge. Diseño Gráfico para la gente. Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999.

FRASCARA, Jorge. El poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual. Ediciones infinito, Buenos Aires, 1999.

GARCÍA Márquez, Gabriel. Vivir para contarla. Diana, México, 2002

H.de la Mota, Ignacio. Diccionario de la comunicación. Paraninfo S.A., México, 1998.

HIRSCH, Joachim. ¿Qué es la globalización? en: Lecturas Básicas I – El sistema modular, la UAM-X y la Universidad Pública UAM, México, 2004.

LLANOS, Goytia y Ramos. Enfoques metodológicos críticos e investigación en ciencias sociales. Plaza y Valdés, México, 2004.

O´HIGGINS, Pablo. Humanidad recuperada: Obra gráfica de Pablo O´Higgins Ediciones Panorama, 2006.

PELTA, Raquel. Diseñar hoy. Temas contemporáneos del diseño gráfico.
Paidós, Barcelona, Diseño 2004.

RAMOS, Arturo. Globalización y neoliberalismo: ejes de la reestructuración del capitalismo mundial y del estado en el fin del siglo XX

Plaza y Valdés, México, 2004.

RENAU, Joseph. Función social del cartel
Fernando Torres Editor, Valencia, 1976.

RIVADEO, Ana María. Lesá Patria. Nación y Globalización.

ENEP Acatlán, México, 2003.

RUSSEL, Bestley. Nuevo diseño de carteles.
Gustavo Gili, México, 2003

SAMARA, Timothy. Diseñar con y sin retícula.
Gustavo Gili, Barcelona, 2004.

TORRES, Jorge. Globalización e interdisciplinariedad. El curriculum integrado.
Morata, 1967.

VARIOS. Historia, presente y utopía: diálogos con el marxismo.
(Debate). Cultura, Trabajo y Democracia, A. C. /UCD, México, 2005

PÁGINAS WEB

<http://www.el-universal.com.mx/articulos/36660.html>

http://www.rpp.com.pe/detalle_124257.html

<http://www.jornada.unam.mx/2008/01/29/index.php?section=sociedad&article=042n2soc>

<http://traumadasporlos-a.mforos.com/1303598/6798627-anahi-lanza-campana-contr-a-anorexia/>

<http://www.univision.com/content/content.jhtml?cid=715645>

<http://www.el-universal.com.mx/articulos>

<http://www.mumedi.org.mx>

<http://www.jornada.unam.mx>

<http://www.acatlan.unam.mx/campus/87/>

<http://www.academia.org.mx/Academicos/AcaSemblanza/Vasconcelos.htm>

<http://www.asambleapopulardeoxaca.com>

http://cgtchiapas.org/article.php3?id_article=1156&var_recherche=pfp

<http://www.fisica.unam.mx/octavio/>

<http://alainet.org/docs/spip.php?article12337>