



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
POSGRADO EN ARTES VISUALES

EL DISEÑADOR GRÁFICO COMO PRODUCTOR DE PROYECTOS PERSONALES
IMPLICACIONES Y REPERCUSIONES

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO
DE MAESTRO EN ARTES VISUALES
CON ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA
BRUNO HORST ECKERLEYÁÑEZ

DIRECTOR DE TESIS
MAESTRA ELIA DEL CARMEN MORALES GONZÁLEZ

MÉXICO D.F., SEPTIEMBRE 2011





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos

Maestra Elia del Carmen Morales González
Gracias por su apoyo y enseñanzas en este proyecto.

Verónica Jaimes
Gracias por tu amistad y Corrección de estilo

A todos los entrevistados que enriquecieron el contenido de este proyecto

Rogelio Rangel
Rafael López Castro
Alejandro Magallanes
Estudio Zoveck
Sonia Romero
Julio Carrasco
Arturo Negrete
David Negrete
Gustavo Amézaga
Alexis Azevedo
Lourdes Zolezzi
Carlos Villaseñor
Iván W. Jiménez
Gonzalo Tassier
Jonathan Bellacatin
Gabriel Martínez Meave

a María Elena Yáñez Milo, hermanos y sobrinos

El proyecto personal es la exploración hacia cosas inexploradas,

es como salirse de la obligación y volver al juego.

Gabriel Martínez Meave

Índice

Introducción

Capítulo I

La práctica profesional del diseñador gráfico

I Funciones *pag. 16*

I.2 Campo Laboral *pag. 22*

I.2.1 Empresa *pag. 24*

I.2.2 Agencia de Publicidad *pag. 25*

I.2.3 Empresa No Especializada en Diseño *pag. 26*

I.2.4 Docencia e investigación *pag. 27*

I.2.5 Free Lance *pag. 28*

I.2.6 Diseño para la información *pag. 29*

I.2.7 Diseño para la Persuasión Propaganda / Publicidad *pag. 30*

I.2.8 Diseño para la Educación *pag. 33*

I.2.9 Diseño para la Administración *pag. 33*

I.3 Ámbito *pag. 34*

I.3.1 Vicente Rojo *pag. 35*

I.3.2 Gonzalo Tassier *pag. 40*

I.3.3 Imprenta Madero *pag. 43*

I.3.4 Rafael López Castro *pag. 46*

I.3.5 Germán Montalvo *pag. 49*

I.3.6 BICM *pag. 51*

I.3.7 Periódico Reforma *pag. 52*

I.3.8 Alejandro Magallanes *pag. 54*

Capítulo II

Proyectos Alternativos

- 2.1 Antecedentes *pag. 58*
 - 2.1.1 Análisis de la Situación *pag. 58*
 - 2.1.2 Autor *pag. 60*
 - 2.1.3 Productor Implicación Social *pag. 61*
- 2.2 Clasificación de los proyectos *pag. 65*
 - 2.2.1 Proyectos autopromoción *pag. 66*
Modern Dog *pag. 67*
 - 2.2.2 Proyectos Culturales *pag. 68*
Niklaus Troxler *pag. 69*
 - 2.2.3 Proyectos Socio políticos *pag. 71*
Chazz Maviyane *pag. 72*
 - 2.2.4 Proyectos de Editor *pag. 74*
Pentagram *pag. 74*
 - 2.2.5 Proyectos de Expresión Plástica *pag. 76*
Takenobu Igarashi *pag. 76*
- 2.3 La formación académica del diseñador como productor *pag. 78*

Capítulo III

El diseñador gráfico como productor en México

3.1 Proyectos de Autopromoción

3.1.1 Arturo Negrete, Taller 75° *pag. 86*

3.1.1.1 Taller en Vida *pag. 88*

3.1.2 Estudio Zoveck *pag. 92*

3.1.2.1 Manual Ilustrado de Magia Blanca *pag. 94*

3.1.2.2 Art Toys *pag. 97*

3.2 Proyectos Culturales

3.2.1 Iván W. Jiménez *pag. 98*

3.2.2 Revista Ene O *pag. 100*

3.3 Proyectos Sociales

3.3.1 Lourdes Zolezzi *pag. 104*

3.3.1.2 Pecados Capitales *pag. 106*

3.3.1.3 Carteles Sociales *pag. 109*

3.3.2 Carlos Villaseñor *pag. 112*

3.3.2.1 Libros Infantiles *pag. 116*

3.3.2.2 Casa del Volcán *pag. 118*

3.4 Proyectos de Editor

3.4.1 Gustavo Amézaga *pag. 120*

3.4.1.1 *El álbum de recuerdos* Fernando María Rubio *pag. 124*

3.4.1.2 La compañía Nacional de Títeres Rosete Aranda *pag. 126*

3.4.1.2 El Diario de Anita Osio Cordero *pag. 128*

3.4.1.2 Los Revolucionarios Frente al Porfiriato *pag. 129*

3.4.2 Rafael López Castro *pag. 130*

3.4.2.1 Caras Vemos... *pag. 133*

3.4.2.2 Nuestro Señor de la Salud *pag. 136*

3.5 Proyectos Expresión Plástica

3.5.1 Alexis Azevedo *pag. 138*

3.5.1.1 Obra Sin Título *pag. 140*

3.5.1.2 Leonardo *pag. 142*

3.5.2 Alejandro Magallanes *pag. 144*

3.5.2.1 Esto no es *pag. 146*

3.5.2.2 ¡Ven, hada! *pag. 150*

3.5.2.3 Conversaciones y Discusiones *pag. 152*

Capítulo IV

Repercusiones de los proyectos personales

4.1 Repercusiones sociales

4.1.1.1 Taller en Vida / Arturo Negrete *pag. 157*

4.1.1.2 Manual Ilustrado de Magia Blanca Art Toys Estudio Zoveck *pag. 159*

4.1.2 Proyectos Culturales

4.1.2 Revista Ene O Iván W. Jiménez *pag. 161*

4.1.3 Proyectos Sociales

4.1.3.1 Pecados Capitales Carteles Sociales Lourdes Zolezzi *pag. 163*

4.1.3.2 Libros Infantiles Casa del Volcán Carlos Villaseñor *pag. 165*

4.1.4 Proyectos de Editor

4.1.4.1 Libros Infantiles Gustavo Amézaga *pag. 167*

4.1.4.2 Libros Político / Cultural Rafael López Castro *pag. 168*

4.1.5 Proyectos Artísticos - Plástico

4.1.5.1 Obra Sin Título Alexis Azevedo *pag. 170*

4.1.5.2 Libros Infantiles Alejandro Magallanes *pag. 171*

4.2 Repercusiones profesionales

4.2.1.1 Taller en Vida / Arturo Negrete *pag. 174*

4.2.1.2 Manual Ilustrado de Magia Blanca Art Toys Estudio Zoveck *pag. 175*

4.2.2 Proyectos Culturales

4.2.2 Revista Ene O Iván W. Jiménez *pag. 177*

4.2.3 Proyectos Sociales

4.2.3.1 Pecados Capitales Carteles Sociales Lourdes Zolezzi *pag. 179*

4.2.3.2 Libros Infantiles Casa del Volcán Carlos Villaseñor *pag. 181*

4.2.4 Proyectos de Editor

4.2.4.1 Libros Infantiles Gustavo Amézaga *pag. 182*

4.2.4.2 Libros Político / Cultural Rafael López Castro *pag. 183*

4.2.5 Proyectos de Expresión Plástica

4.2.5.1 Intervenciones Alexis Azevedo *pag. 184*

4.2.5.2 Libros Infantiles Alejandro Magallanes *pag. 185*

Conclusiones *pag. 188*

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Las publicaciones y exposiciones forman parte de las manifestaciones representativas del diseño gráfico. Para el estudiante y profesional de la disciplina son referentes para el análisis del propio desempeño. La variedad de técnicas y enfoques de sus autores estimulan la práctica y confianza para concretar las ideas propias.

En este proceso, se empiezan a identificar nombres de diseñadores, trayectorias y conceptos. A estas fuentes de información se integran las conferencias que propicia el diálogo entre el autor y la comunidad sobre la experiencia profesional.

Si bien es cierto que cada vez hay más publicaciones de diseño y junto con los medios electrónicos, facilitan la identificación de autores reconocidos del diseño nacional, existe el problema que aunque estos medios difunden el trabajo gráfico, no hay un documento que detalle las características de los proyectos y las funciones que implica producir un proyecto personal.

Con la idea que los eventos de diseño benefician la comprensión y depuración del desempeño profesional. La producción de proyectos personales ofrecen un parámetro hasta el momento ignorado para analizar la producción actual de los autores y la repercusión que tienen con las empresas y la gente que entra en contacto con este tipo de trabajos.

Entre los referentes que anteceden este estudio se encuentran los carteles de autor, expuestos con mayor frecuencia en la Bienal del Cartel en México, las publicaciones especializadas que tienen el común denominador de presentar proyectos producidos por diseñadores extranjeros, en donde llama la atención como sus autores aprovechan la situación de plantear el objetivo del proyecto y los criterios de diseño para resolverlo.

El propósito del estudio se centra en analizar la producción personal del diseñador en su disciplina, para comprender sus implicaciones y repercusiones en su desempeño profesional.

Registrar al diseñador cuando determina los temas y contenidos, muestra un proceso de trabajo que no inicia de la relación con un cliente, sin descuidar sus funciones en el diseño de la comunicación visual.

Contribuye con el análisis de las actividades que emprende el diseñador para manifestarse a través de sus competencias y marcan un precedente de la manera en que sus autores se mantienen vigentes en su productividad, incluso la extensión de sus funciones.

El título *el diseñador como productor de proyectos personales* tiene la intención de enmarcar esta actividad específica, incluyendo las ramificaciones que surgen de sus procesos. El término *productor* se refiere al hecho de generar y producir trabajos de diseño gráfico, y *personales* por ser reflejo de la personalidad del mismo diseñador expresada mediante sus funciones como comunicador gráfico.

El método de investigación es inductivo, parte del análisis de los casos particulares para llegar a una generalidad. Para observar como el diseñador reafirma y adapta sus funciones al producir proyectos personales.

Con la incorporación de entrevistas a diseñadores contemporáneos que producen proyectos personales se pretende actualizar la continua actividad del diseñador nacional y la identificación de nuevos autores.

Por estas razones es indispensable obtener la información a partir de diseñadores productores. Su elección se basó a partir de sus trabajos apegados al tema. Su análisis proporcionará de manera consciente la actividad de sus autores para comprender su continuidad en el medio profesional. Y de manera indirecta una parte del campo laboral actual del diseñador, en donde equilibra con la producción de trabajos, su desarrollo profesional.

Por su parte las implicaciones y repercusiones demostrarán tanto el proceso como la trascendencia de los proyectos al entrar en contacto con la gente y al formar parte de la trayectoria del diseñador.

El proceso de la investigación aclarará que la experiencia de los diseñadores en la forma de plantear los objetivos es un factor determinante para su conclusión óptima. Las características de los diseñadores, que realizan este tipo de trabajo alternativo a su carrera profesional, representan el perfil del diseñador que produce sus propios proyectos.

El capítulo inicial aborda las funciones, campo laboral y el ámbito del diseño, este último enfocado en nuestro país, para retomar los aspectos tradicionales en los que está inmersa la actividad del diseñador y relacionarlos con la situación actual del diseñador productor.

El apartado titulado los proyectos alternativos, aborda la razón original que lleva a los diseñadores seleccionados a esta actividad para comprender cómo adaptan su actividad para darle continuidad a su trabajo como comunicadores visuales en la actualidad.

Para continuar mediante la clasificación propuesta para su estudio de la siguiente manera; autopromoción, cultural, social, de editor y plástico para señalar las funciones generales que adquiere el diseñador productor del proyecto. Al mismo tiempo por medio de trabajos extranjeros se establecerá una referencia de los diferentes tipos de manifestaciones que genera la actividad del diseñador gráfico.

En este mismo apartado se incluirá la Maestría en Autoría de la escuela, Visual Arts de Nueva York, la revisión de su programa establecerá un referente de la actualidad del tema desde el punto de vista de una institución educativa.

Los capítulos anteriores funcionan como preámbulo del tercer capítulo para el análisis del diseñador gráfico productor de proyectos en México, para identificar a sus autores para obtener un referente de sus características y comprender las condiciones necesarias para su realización.

Los autores explicarán y fundamentarán el trabajo que vienen realizando

de manera personal. Comenzando por los motivos que los llevan a realizar proyectos personales, hasta la descripción de las implicaciones que enfrentaron en su realización, para mostrar la manera en que el diseñador diversifica sus funciones, aun sin la presencia del cliente. Su iniciativa de generar trabajos por cuenta propia, reafirma su vocación, ya que se proponen nuevos retos profesionalmente que complementan su actividad cotidiana, vinculada con el cliente.

Para cerrar el ciclo que cumple un trabajo de comunicación gráfica, el capítulo final trata sobre las repercusiones sociales y profesionales de los proyectos.

CAPITULO I

LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL DISEÑADOR GRAFICO



1.1.- Funciones

El diseñador gráfico elabora mensajes visuales que vinculan al emisor; que tiene la necesidad de transmitir determinada información, con un receptor específico. Para hacer efectiva la comunicación, el contenido debe ser relevante por la manera que aborda el tema, provocando la reacción esperada en el destinatario final.

En el proceso general del trabajo es necesario contar con una idea que sea resultado del análisis del problema que implica el proyecto. La misma aproximación hacia el tema, la comprensión de los requerimientos del cliente, junto con la documentación personal del diseñador, generan la propuesta que posteriormente es representada gráficamente.

Por lo tanto, en el trabajo del diseñador intervienen sus *habilidades técnicas* que le ayudan a proyectar manual y digitalmente las imágenes que se plantea, así como también la *habilidad creativa* en donde interviene la parte ideológica de su trabajo para hacer contundente el mensaje a través de su contenido, que se distingue por obtener nuevas formas de abordar los temas.

En este sentido Jorge Frascara plantea que el acto de dar forma trae consigo las siguientes responsabilidades:

Profesional

Consiste en demostrar disciplina, y experiencia que asegure la comunicación del mensaje visual por medio de la relación del significado y la forma.

Ética

Se basa en el reconocimiento del receptor como persona para tener en cuenta el compromiso de realizar el proyecto lo mejor posible, evitando copiar soluciones ya elaboradas. También contempla integrar valores humanos en los mensajes.

Social

Facilitar el acceso a la información y contribuir con la percepción transparente de la realidad para promover en la gente el hábito de estar informada.

Cultural

Con la creación de objetos visuales, contribuir al desarrollo cultural del individuo.

En el proceso de elaboración del mensaje el diseñador debe contemplar el contexto social en que se ubica el proyecto. También es necesario cuidar el uso del lenguaje que utiliza en el mensaje para hacerlo comprensible para el público al que se dirige, con el ideal que la comunicación sea objetiva,



Figura 1 Adrian Frutiger diseño la familia Univers compuesta por veintiún series que se adaptan a todas las técnicas de composición.



Figura 2 Logotipo de Campa Cola, refresco que basó su diseño en el reconocimiento de la marca Coca Cola

porque los mensajes visuales son referentes de información de la sociedad. En la misma planeación del trabajo se involucran aspectos económicos, que contemplan los recursos para reproducir el proyecto, incluyendo el tiempo y dinero que se emplea para que sea viable su realización.

Como parte de su profesión, el diseñador debe expresar de manera convincente los razonamientos que integran su propuesta. Para desarrollar esta capacidad de argumentar claramente el significado e intención de su trabajo, necesita vincular su explicación hacia el beneficio real que trae consigo el diseño a su cliente.

Para Adrian Shaughnessy en su libro *Cómo ser diseñador*, la cualidad del diseñador contemporáneo se centra en saber escuchar a su cliente, tener en cuenta que la comunicación se retroalimenta con la información de las personas que están involucradas. En la elaboración de un proyecto, el cliente contribuye con sus conocimientos del tema para encontrar claves y mensajes no pronunciados para la solución del proyecto. Así mismo hay que estar consciente que en un trabajo bien realizado contribuyeron los puntos de vista del cliente y el diseñador.

“Si aprendes a hablar de tu trabajo y si puedes encontrar diseños, palabras que comuniquen significados y valor a los clientes, cosecharás beneficios. Y la forma más fácil de hacerlo es eliminando lo personal de la ecuación. En otras palabras, menos significa más de ti.”¹

El diseño gráfico, con el tiempo, se ha tenido que adaptar a las nuevas necesidades de comunicación, requeridas por la sociedad, en este proceso intervienen los avances tecnológicos acordes a la época que influyen en la forma de diseñar. En este sentido se han venido diversificando de manera lógica las funciones del diseñador gráfico.

Las primeras personas que diseñaban como se conoce actualmente fueron los pintores. Debido a la producción masiva de los objetos por la revolución industrial, el artista se encargó de diseñar en función de hacer identificable un producto, por medio de sus características particulares para diferenciarse de sus competidores. Con la producción de objetos, la necesidad de tener una presentación y la invención de los medios de impresión, el carácter cuantitativo de las reproducciones, resulta ser una cualidad específica del diseño gráfico

“Se convierte en un factor económico incorporado a la producción”, “adquiere una masividad hasta entonces desconocida que lo convierte en un factor operante sobre las imágenes mentales de sus usuarios.”²

Los primeros avisos comerciales se distinguieron por contener imágenes figurativas, con los detalles visuales de los productos anunciados. Posterior-

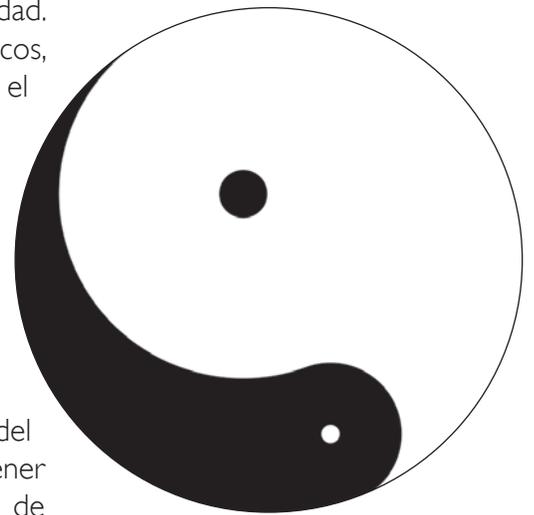


Figura 3 Jing Zhou utilizó este símbolo para denunciar la violación de los derechos de la mujer. YIN en negro significa la tierra y la mujer; YAN en blanco significa el cielo y el hombre.

¹ Shaughnessy Adrian, *Cómo ser diseñador sin perder el alma*, Index Book, España (2005) pag. 25

² Ledesma María, *Diseño y comunicación Teorías y enfoques críticos*, Paidós Ibérica Argentina (2009) pag. 17

mente los clientes se convierten en empresas para traer consigo la representación abstracta para configurar de manera aleatoria un sistema visual que representa a las empresas ante el público que entra en contacto con ellas.

María del Valle Ledesma plantea en el libro *Diseño y Comunicación Teorías y enfoques críticos*, tres factores que influyeron en la consolidación del diseño como disciplina son; su integración con la industria que lo convierte en un factor económico mediante la identificación de los productos, la masividad de los mismos propicia que la imagen forma parte de la cotidianidad del individuo convirtiendo la cantidad (en la reproducción de un proyecto gráfico) en cualidad y finalmente las anteriores se complementan con la enseñanza y conceptualización del diseño gráfico.

La Bauhaus y el Ulm sirven de referentes para comprender como las escuelas contribuyeron a constituir formalmente al diseño como una actividad social.

La Bauhaus fundada en 1919 tenía entre sus principios tres aspectos formativos; el manual - artesanal, el gráfico - pictórico y el científico - tecnológico. Sus estudiantes obtenían carta de ciudadanía como artesano - artista, en ese momento todavía no se utilizaba el término diseñador gráfico. La Bauhaus pretendía hacer más accesible el arte a la sociedad así como también se cuestionaba ¿Cómo el diseño podría ser adoptado por la industria?

Por su parte la Escuela Hochschule Für Gestaltun de la ciudad de Ulm, basaba su planteamiento en el domino práctico, vinculado hacia la empresa. Como consecuencia se deja de hablar del artesano para buscar la estandarización y la producción en serie.

Época en la que los diseñadores comienzan a decir "la vida no tiene nada artístico y que la estética es el resultado de la economía, la función, la técnica y la organización social". (Aicher, 1994: 85) ³



Figura 4 Las variantes de logotipos son un indicador de las estrategias por lograr una identidad empresarial, basadas en los principios de claridad, economía y precisión.

La imagen de la empresa basada en el diseño de productos para la marca Braun es un ejemplo de los ideales de esta escuela llevados a la práctica. Los dos hijos de Max Braun fundador de la empresa, contactaron en 1954 a Hans Gugelot, Otl Aicher y Dieter Rams quienes se involucraron en la nueva línea de productos de radios que se amplió a máquinas de afeitarse, aparatos de cocina y *flashes* electrónicos.

La nueva línea destacaba; la funcionalidad se obtiene a partir de requisitos ergonómicos de los productos, el diseño era resultado de la combinación necesidad y la tecnología industrial, estos objetivos se vinculaban hacia el desarrollo de la imagen total de la empresa.

La trascendencia de mencionar la academia, es la de enmarcar el ideal bá-

sico en la actividad del diseño, que se refiere al hecho de conseguir realizar el proyecto que se tiene en mente y que éste, a su vez, trascienda en la sociedad. La academia definió su postura ideológica para conseguir reflejarla en la apariencia de los objetos diseñados, además de ser producidos, se utilizaron hasta conformar el contexto en que se desenvolvía el individuo.

La vinculación del diseño con la sociedad ha servido para retroalimentar su utilidad por medio de dos funciones la social y cultural.

La función social del diseño parte del principio básico de estar relacionado con la necesidades que la sociedad requiere, el diseñador como individuo, utiliza sus habilidades para representar visualmente denuncias que aquejan a la comunidad.

La responsabilidad del diseñador comienza con la definición del problema de diseño. Su participación debe ser activa para dirigir el mensaje visual hacia objetivos operativos hasta poner el proyecto en contacto con la gente. Cuando las convicciones personales y la actitud profesional responden frente a los problemas estos a su vez determinan la calidad de propuesta de un diseño.

Al respecto Jorge Frascara reflexiona *“El diseñador puede contribuir al desarrollo de una conciencia sociocultural siempre y cuando logre mejorar la vida. Los diseñadores interesados en definir su propio rol deberán dedicarse a la identificación de problemas y al diseño de los paradigmas dentro de los cuáles operará su trabajo”*.⁴

El desempeño activo, lleva al diseñador a desarrollar una investigación que fundamente la implementación del proyecto para obtener el patrocinio de instituciones, incluso hasta llegar a proponer cambios en la legislación para conjuntar esfuerzos del público, la industria y del gobierno.

En el aspecto profesional, este tipo de proyectos demuestra a las instituciones, las ventajas de invertir en la comunicación gráfica, al hacer visibles los beneficios sociales y económicos de su implementación.

De manera paralela esta postura del diseñador, lo presenta como integrante de un grupo social en donde se expresa aprovechando sus habilidades. Demostrando que la cultura y los intereses individuales de cada individuo repercuten en sus decisiones de la actividad y la manera de desempeñarse dentro de la misma.

En el caso particular del diseño gráfico, Daniel Prieto en su libro *Diseño y Comunicación* plantea que la actividad de diseño se divide entre los diseñadores reales y a los diseñadores voceros, sin importar el trabajo social o mercantil que realice.

⁴Frascara Jorge, *Diseño gráfico para la gente*, Ediciones Infinito, Buenos Aires Argentina (2000), pag.62

Los diseñadores reales o dominantes realizan proyectos estructurados por instancias económicas y políticas que se imponen sobre la postura ideológica. El término dominante se interpreta como el diseño que predomina por ser masivo al ser el que más se reproduce. Pero aunque consigue influir, no es el más efectivo desde el campo del análisis del diseño porque, si así fuera, se estaría afirmando que la eficacia del diseño depende principalmente del respaldo económico de su elaboración.

El diseño dominante ocupa en mayor medida los medios de comunicación, su objetivo radica en llegar a un mayor número de sectores de la sociedad, por ejemplo las campañas políticas, la promoción de artículos que tienen un alto costo en su producción.

En este rubro el emisor del mensaje (el cliente) comúnmente utiliza al diseño ya probado y que es considerado funcional para esos fines. Evitando tomar riesgos que puedan repercutir negativamente en no alcanzar los objetivos planteados que se miden por la aceptación o consumo de un público determinado.

Así como las diferentes funciones del diseño gráfico han respondido a las necesidades que enmarcan su integración en la sociedad. De manera individual el diseño dominante es equilibrado por una propuesta contrastante con un enfoque crítico en la que se encuentran los diseñadores voceros o conformadores que se distinguen por tener una propuesta con una influencia consciente que por principio se aleja del trabajo imitativo.

Este tipo de proyectos, consiste en generar una propuesta originada por las mismas condiciones en las que se produce el proyecto como garantía para ser aceptada por el público.

Como reacción, ante los dominantes y los voceros, los diseñadores abren el campo de trabajo o desarrollo de la disciplina a través de procesos alternativos, centran su interés en abordar un tema de manera particular, explorarlo y autoevaluar la forma de intervenir conceptual y visualmente en la comunicación.

Este hecho está relacionado con la producción de proyectos por parte del mismo diseñador, con la cualidad de diversificar la propuesta de la comunicación visual, acorde a las necesidades y época en que se realizan, en dónde se estudiarán los diferentes objetivos que se plantean sus autores.

La división del diseñador planteada por Prieto, enseña que lo dominado no reproduce textualmente lo dominante, más bien da inicio a la posibilidad de ruptura. Por lo tanto lo alternativo rechaza lo establecido para incorporar opciones que incluyan a nuevos sectores de la sociedad.

La ideología dominante es aquélla que la clase en el poder utiliza para homogenizar la sociedad, para hacer parecer a las relaciones sociales como si fueran un orden natural.

En términos de comunicación, el autoritarismo impone concepciones de la realidad, estandariza a los individuos y establece estereotipos que fundamentan sus acciones. Esta situación provoca la negación a desarrollar una relación propia del individuo para reconocerse así mismo y su relación con los demás..

“La comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, lo alternativo depende de la situación social. Las relaciones sociales alternativas; la noción de alternatividad debe ser entendida en conexión con la ruptura del autoritarismo, que se encuentra en la estructura de la vida cotidiana, pensada en términos individuales, interpersonales y grupales la comunicación alternativa sólo tendrá validez, sólo será, si recupera del autoritarismo esa vida cotidiana en sus instancias individuales, interpersonales y grupales. La comunicación alternativa comienza por uno mismo y por las relaciones inmediatas.”⁵

La función Cultural del diseño contribuye con la comunicación visual para registrar la actividad del individuo a través del tiempo, estas manifestaciones del mismo modo contribuyen a ampliar el conocimiento de la sociedad para comprender el pasado y mejorar el presente de la sociedad en general.

El diseño desde una perspectiva cultural contribuye en registrar la inercia misma de la actividad humana a través de sus avances tecnológicos que van moldeando el entorno en el que se desenvuelve. La velocidad con que se produce la información y la masividad que han alcanzado los medios de comunicación influyen el comportamiento de la sociedad.

Para que el individuo se adapte adecuadamente a la época en donde se desarrolla depende en gran medida de la manera en que se comunica. Los avances tecnológicos han facilitado y optimizado los tiempos para producir y reproducir imágenes pero también han generado la saturación de las mismas, este problema trae consigo la similitud de mensajes, hasta llegar a la contaminación visual.

Por lo tanto un mensaje visual eficaz hoy más que nunca refuerza la función del diseñador gráfico en la sociedad por medio de la organización del mensaje es directa y comprensible la comunicación.

En la cotidianidad, el individuo se vuelve más sensible de su entorno, y de sus propios valores como reconocer las cualidades que tiene por formar parte de un país. Visión que repercute en un mejor desarrollo individual.

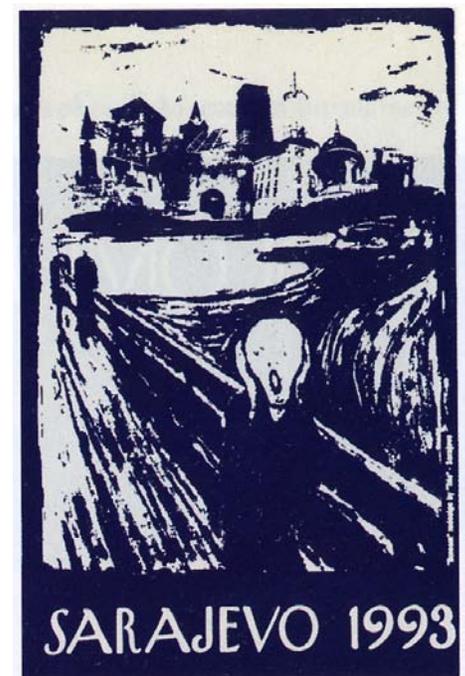
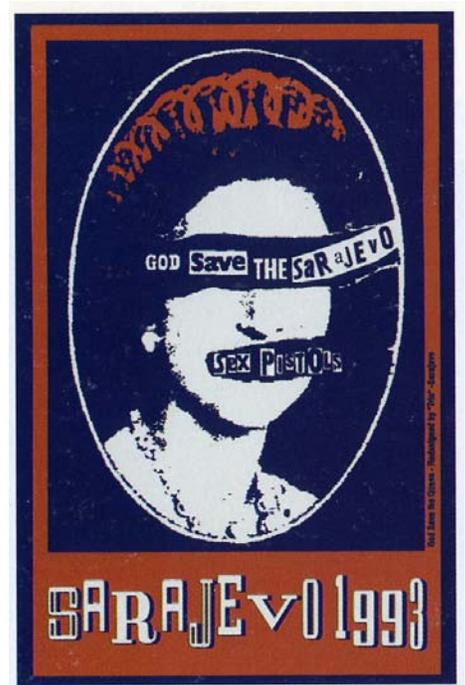


Figura 5 Trío Sarajevo es un grupo de diseño formado por Bojan y Dada Hadzihalilovic, realizan postales y carteles a partir de la técnica pastiche (rediseño). Pretenden la resignificación icónica para denunciar del genocidio en Yugoslavia cuando fué invadida en 1992.

⁵ Prieto Castillo Daniel, *Diseño y Comunicación*, Ediciones Coyoacán, México (2005), pag. 90

I.2. Campo laboral

En forma general, el diseñador gráfico se forma en instituciones educativas que programan la enseñanza de la disciplina y aspiran a ser un enlace entre el medio profesional y el estudiante.

Por lo tanto las escuelas de diseño son un factor del desarrollo de la disciplina, desde su conformación con la planeación de enseñanza, la capacitación de sus alumnos y la investigación de la disciplina.

“Comprender es, además de penetrar en el objeto diseñado, traspasar sus formas y observarlo, mirarlo, aprehenderlo, hacerlo íntimo, algo propio y compartirlo. Es un acto de interpretación profunda que explica, justifica y atiende a los motivos ocultos del diseño gráfico.”⁶

En México, la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM, la Universidad Ibero Americana, la Universidad de las Américas, el EDINBA, la Universidad Autónoma Metropolitana y la Universidad Anahuac, fueron las pioneras en el área del diseño gráfico.

Actualmente la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de educación superior (Anuies), plantea que hay 242 escuelas, institutos y universidades registrados en México, 52 se encuentran en el D.F.

28 ofrecen especialidades en ámbitos del diseño gráfico, 79 cuentan con programas de maestría y 33 con doctorado que dan como resultado un egreso anual de más de 9 mil diseñadores en todo el país.

En la formación académica se concentra la idea común, de ser conducto para la profesionalización en la disciplina. Pero lo cierto es observar que el mercado de trabajo plantea una problemática difícil de resolver con los programas de estudio que se encargan de privilegiar las funciones técnicas digitales del diseñador.

Para compensar estos problemas, la comunidad del diseño ha generado asociaciones que han contribuido con sus eventos; congresos, concursos, publicaciones entre otros, como un medio para diálogo entre diseñadores para impulsar la profesionalización en el campo profesional.

Cuando el estudiante egresa, comprende que el medio laboral plantea un ambiente diferente al académico, aparece la relación con el cliente y los tiempos de entrega son más rápidos, los cuales ponen a prueba al joven diseñador para adaptarse a las condiciones reales del campo profesional.

Tibor Kalman opinaba “El contexto laboral del diseñador gráfico es el mundo, tanto el entorno físico primario como el complejo entramado conformado por la cultura humana, sin olvidar el determinante entorno emocional, personal e intransferible de quien diseña. De esa envoltura surgen de manera constante referentes que inevitablemente se nos cuelan en la tarea. Algunos son tan potentes que generan un imprinting tan inolvidable como intransferible. Otros pasan sin pena ni gloria”.⁷

Para establecer referentes que ayuden a comprender el trabajo del diseñador gráfico es necesario analizar el contexto en donde se desempeña actualmente. Debido a su magnitud, se ha decidido establecer dos perfiles; el primero tiene un sentido académico puesto que se basa en el programa de estudios de la materia *Temas Selectos del Diseño Gráfico* del plan de estudios de UNITEC para explicar por medio de las instituciones, empresas o sistema laboral, el lugar en donde se emplea el egresado de la universidad.

El segundo perfil retoma la clasificación que plantea Jorge Frascara en su libro *Diseño y Comunicación* para mostrar las áreas especializadas de la disciplina. La finalidad es complementar la visión académica de la primera parte con la profesional.

El campo laboral al que se incorpora el diseñador se subdivide de la siguiente manera:

Empresa {
Despacho de diseño
Agencia de Publicidad
Empresa que no sea de diseño

Docencia e investigación
Free - Lance

Por su parte Jorge Frascara establece la siguiente división en áreas propias del diseño

Áreas del Diseño {
Diseño para la información
Diseño para la persuasión
Diseño para la educación
Diseño par la administración

⁷Fuentes Rodolfo, *La práctica del diseño gráfico, Una metodología creativa*, Paídos Diseño, Barcelona (2005), pag. 147

1.2.1 EMPRESA

El diccionario de la comunicación la describe como *“El conjunto de personas, bienes y actividades organizadas en sociedad mercantil que se dirige y se encamina a la producción de bienes y servicios con ánimo de lucro”*.⁸

En el medio profesional el diseñador se incorpora a un equipo de trabajo con el objetivo final de promocionar o vender un producto o servicio. Entre los lugares para laborar como diseñador gráfico se encuentra el despacho de diseño que se distingue por ser una organización reducida de un grupo de profesionistas que pone al servicio sus habilidades como comunicador visual a un determinado cliente.

Los proyectos que realiza un despacho de diseño están en función de los requerimientos que plantea el cliente, se distinguen porque no están destinados a un medio publicitario que utiliza los medios de comunicación masivo y audiovisual como la televisión y la radio. Otra característica que distingue la actividad de un despacho de diseño se encuentra en el proceso de trabajo en donde la decisiones y parámetros de diseño son establecidos por el cliente y el diseñador; a diferencia de una agencia de publicidad que se apoya en un estudio de mercado que determina los objetivos del trabajo.

El cliente acude a un despacho de diseño por dos factores: La recomendación e identificación del despacho por medio del mismo trabajo que ha realizado. Este a su vez sirve como difusión de las cualidades que se pueden asociar con el estilo, el servicio y la experiencia en la rama del diseño.

Los catálogos de diseño hoy en día han contribuido con la promoción de la labor de los diseñadores y su identificación en forma individual.

Sin ser una regla, es común encontrar que los despachos son creados y dirigidos por un diseñador gráfico que se distingue por tener una experiencia reconocida, ya sea por clientes o por el mismo medio del diseño, estos lugares de trabajo también son nombrados oficina o estudio de diseño. Una de las principales razones de formar el estudio de diseño, son las mismas características, del perfil de su(s) fundador(es). Su decisión lo lleva a buscar condiciones de trabajo específicas como lo pueden ser la elección de los proyectos, e intervenir más en las decisiones creativas, incluso hasta por la sencilla razón de la personalidad del diseñador para sentirse más cómodo y productivo en su labor.

Manejar un despacho implica tener mayores responsabilidades, ya que el diseñador asume la responsabilidad del resultado final del proyecto, su entrega a tiempo y la aprobación del cliente.

1.2.2 AGENCIA DE PUBLICIDAD

La publicidad es la organización comercial independiente compuesta por personas creativas y de negocios que desarrolla, prepara y coloca la publicidad por cuenta del anunciante que busca encontrar consumidores para sus bienes o servicios o difundir sus ideas.

Se dedica profesionalmente y por cuenta de terceros, a crear, proyectar, ejecutar y distribuir campañas publicitarias a través de cualquier medio de difusión.

Se distingue del despacho de diseño por ser la empresa de comunicación gráfica de mayor infraestructura por los departamentos, el personal y por los recursos económicos que intervienen en la producción de un mensaje en medios tanto impresos como audiovisuales.

Las estrategias encaminadas a convencer y motivar al público en la venta de un servicio o producto, implican mucha responsabilidad, ya que un mensaje publicitario cuenta con la mayor difusión masiva que puede tener un mensaje visual y por lo tanto involucra la mayor inversión de recursos económicos para su elaboración.

Este hecho repercute en la forma de diseñar. Previamente la agencia, a través de su departamento de mercadotecnia se encarga de realizar estudios de mercado respecto al comportamiento y hábitos del público que sirvan de parámetro para determinar en primera instancia el *brief* que se refiere a los objetivos de proyecto y el *target* al público al que va dirigido.

La agencia de publicidad tiene los siguientes procedimientos:

Planificación de medios

Es la selección de medios y soportes de la comunicación gráfica para hacer llegar los mensajes publicitarios al mayor número de personas objetivo.

Trabajo creativo

Conformado por el director de arte, diseñador gráfico y redactor publicitario son los responsables del contenido del mensaje, junto con su apariencia final. Respecto a la función del diseñador José Alberto Terán establece que es diferente la publicidad del diseño considerando *“La dirección de diseño y la de arte publicitario, son dos cosas diferentes, el publicista cuenta una historia en la forma más interesante posible y el diseñador busca la comunicación a través de la estética, pero se queda un paso atrás en contar una historia. En publicidad privilegiamos la historia apoyada en una dirección de arte adecuada”*.⁹

Planificación y estrategia de medios

su función es determinar los espacios en donde se ubicarán, y publicarán las piezas realizadas.

⁹ Al Diseño, *Revista de Diseño Gráfico, Fabricas de ideas que son totalmente éxito*, Agosto - Septiembre, México (1999), pag. 41



Figura 6 Lápiz, distintivo de la creatividad de la agencia de publicidad Leo Burnett



Figura 7 Muestra de la página web de Leo Burnett México. en su sección de clientes

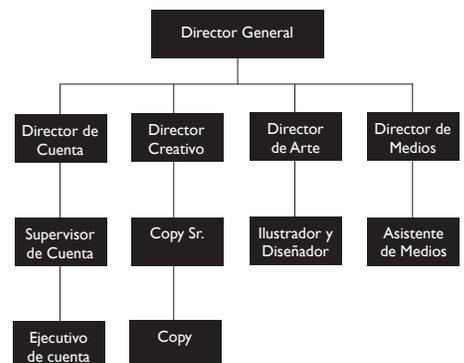


Figura 8 Organigramma Agencia de Publicidad

Figura 9 *Las Instituciones culturales cuentan con un departamento de diseño para promover todas sus actividades.*

1.2.3 EMPRESA NO ESPECIALIZADA EN DISEÑO

Se refiere a toda empresa, institución y negocio que no se dedica al diseño propiamente pero que contrata a un diseñador de forma permanente debido a que sus actividades están relacionadas con la comunicación gráfica.

Las funciones encomendadas al diseñador son muy variadas, desde la elaboración de material que difunde las actividades o servicios de la empresa hasta la preparación y supervisión de su reproducción.

Por ejemplo, la Cineteca Nacional se encarga de exhibir películas. Requiere de los servicios de un diseñador gráfico que se encarga de elaborar el material para la difusión de sus actividades como anuncios en publicaciones, programas de mano, el diseño de su página web y carteles.

De forma indirecta, el material gráfico apoya la actividad de una dependencia del gobierno, avalando su creación, con la difusión de sus eventos.

La colaboración de un diseñador gráfico ofrece la comodidad de contar con este profesionista para conformar un equipo de trabajo que requiere interactuar cotidianamente.

Otra razón de contratación obedece a aspectos administrativos, para buscar reducir la inversión económica con la producción del material gráfico de la empresa, en lugar de contratar los servicios de una agencia de publicidad o un despacho de diseño.

Generalmente con la apertura de una plaza laboral, se contrata a un diseñador experimentado para formar un departamento de diseño con estudiantes que inician su vida laboral.

Al respecto los diseñadores Ángel y Verónica Mora, quienes son responsables de tramitar y administrar las ediciones y coediciones del Instituto Nacional de Antropología e Historia., encuentran que trabajar para una Institución gubernamental es diferente a otros centros de trabajo, describiendo que hay una saturación de la dependencia que se combina con el poco personal del departamento de diseño.

Por otra parte, ambos diseñadores concuerdan que una ventaja de colaborar para el gobierno es que abre la posibilidad de trabajar a nivel nacional e internacional por la difusión del trabajo de la institución.



Figura 10 *La Cineteca Nacional promueve todos sus ciclos de cine por medio del cartel.*

1.2.4. DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

Las instituciones educativas conforman su plantilla, docente con profesores expertos en una área determinada del medio profesional para compartir sus conocimientos vigentes con los alumnos y con profesores orientados hacia la investigación de la disciplina. Las academias aspiran de todos ellos asuman el papel de facilitadores de la educación.

Con una tendencia actual hacia el modelo constructivista que se aleja de la educación como una simple transmisión de conocimientos, por la organización de métodos de enseñanza que permitan a los alumnos construir su propio conocimiento. Un ejemplo es la técnica de aprendizaje Seminario tutorial, en donde el alumno investiga los temas de clase por medio de lecturas sugeridas por la institución o el docente para llegar con un bagaje de información y poder participar en dinámicas de grupo para analizar el tema, con el propósito general de que el alumno forme una opinión personal al respecto y la complemente con el intercambio de ideas.

Por otra parte, es necesario comentar que ha sido cuestionada la labor del profesor por algunos aspectos, por ejemplo cuando el profesor no ejerce la profesión o no produce proyectos gráficos, se cuestionan tanto sus conocimientos como la vigencia de los mismos. Otro motivo puede ser que muchos diseñadores jóvenes ingresan a las instituciones a impartir clases sin haber tenido experiencia profesional.

Lo cierto es, que la función del docente diseñador es capacitarse y adquirir experiencia para incorporar herramientas pedagógicas para la práctica y estudio de la profesión. La enseñanza también es necesaria para documentar la actividad del diseñador actual por medio de investigaciones, para formar un acervo de información para utilizarlo desde en una dinámica de clase, en material impreso, ya sea folleto o hasta un libro para comprender la práctica profesional y el desarrollo de la disciplina que se va formando de manera paralela.

Con la participación del profesor en el campo de la investigación a través de la publicación de textos relacionados con la disciplina, se alcanzaría obtener el equilibrio del contenido de los catálogos nacionales que favorecen el material visual y carecen de la explicación de elementos de estudio de la disciplina como analizar la idea, composición, el uso de la tipografía, su elección y distribución para comprender por que es efectivo el trabajo que presentan como mensaje visual.

Un ejemplo de la participación del profesor para vincular la investigación y la docencia en la actividad de los diseñadores profesionales con la escolar es Raymond Vezina de la Universidad de Quebec en Montreal. La función de este profesor trasciende como un promotor del diseño gráfico. Estudió



Figura 11 Cartel diseñado por Chantal Laforest en el curso impartido por Germán Montalvo en la Universidad de Quebec, Montreal 1988



Figura 12 Folleto de la exposición del curso de Germán Montalvo en Montreal Canadá 1988

maestría y doctorado en Historia del Arte en la Universidad de París Francia y se ha especializado en la historia del diseño gráfico.

En su investigación seleccionó a diseñadores que considera destacados, posteriormente se comunicó con ellos para estudiarlos, generando un acervo de su trabajo y luego fungir como un representante de ellos para promoverlos en la realización de proyectos.

Esta iniciativa dio como resultado la realización de cursos de cartel en el período intersemestral de la Universidad, impartidos por diseñadores de todas partes del mundo.

La realización de estos cursos fue constante y llegaron a generar publicaciones que sirvieron como un registro mediante los proyectos finales. En el caso del impartido por Germán Montalvo en el año 1985, se realizó una exposición en nuestro país que mostraba el plantamiento del ejercicio gráfico para integrar a la letra M por ser las iniciales de México - Montreal para conseguir realizar una composición que represente a estas culturas.

Otro proyecto de Vezina, con la llegada y posibilidades de la computadora, consiste en formar un museo digital que funcione como un acervo visual para consultar la producción de carteles de los países con mayor tradición en esta disciplina.

1.2.5 FREE LANCE

Es el diseñador gráfico que trabaja por su cuenta para elaborar proyectos ya sea para un cliente que contacta directamente o bien colaborando de manera independiente y temporal con agencias de publicidad en determinados proyectos que, debido a su magnitud, requieren de especialistas externos a una empresa de diseño.

Es un subcontratista autónomo que comercializa su trabajo para varios compradores. Esta forma de emplearse representa que el diseñador llega a un convenio con el cliente para realizar un determinado proyecto, concluyendo la relación laboral al terminar su elaboración.

Por medio de una primera entrevista con el cliente, el diseñador conoce las características generales del proyecto, las básicas son el tiempo con que se cuenta para su elaboración, el tema, y el objetivo del cliente. Comúnmente de esta reunión se llega al acuerdo para programar otra cita, en la cual el diseñador presenta un presupuesto en donde describe el plan de trabajo, así como los honorarios y las cláusulas que especifiquen las condiciones que normen tanto el comportamiento del diseñador como del cliente para obtener una colaboración productiva.

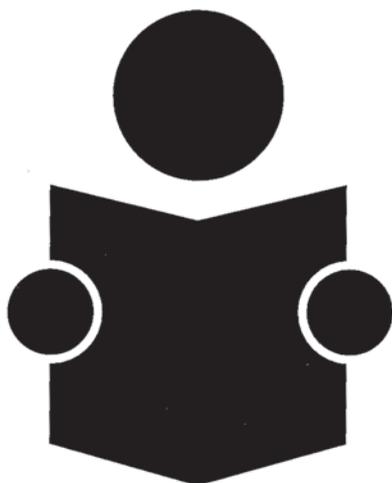


Figura 13 Luis Almeida diseño de la identidad de INEA Educación para los Adultos

Cuando un diseñador decide ser *free lance*, debe contemplar que sus funciones incluyen ser jefe de oficina, personal de ventas, mantenimiento, y correo interno entre otros. Para Michael Fleishman “*son empresarios de espítitu independiente, con un gran sentido de la aventura y su propia visión de éxito*”.⁹

Para un director de arte que se encarga de contratar la colaboración de un diseñador es fundamental conocer el estilo del aspirante en lo que se refiere a sus habilidades técnicas e individuales que repercuten en la apariencia de sus imágenes. Las editoriales y agencias de publicidad requieren sobretodo de ilustradores para colaborar temporalmente. La designación de un proyecto depende de la relación que tiene la técnica del ilustrador con el tema y la técnica de representación que se busque obtener en el proyecto.

Finalmente, el otro aspecto que determina la elección de un *freelance* es el cumplimiento del tiempo acordado, junto con los parámetros que fueron establecidos en la realización del proyecto.

Áreas de la Profesión

Para complementar la información del campo laboral del diseñador gráfico hay que considerar las áreas que enmarcan las especialidades existentes que tiene el estudiante para desempeñarse de manera profesional.

La función del diseño gráfico se centra en *comunicar intenciones* mediante los tratamientos de la información que a continuación se explican.

Jorge Frascara en su libro *Diseño gráfico y comunicación* las subdivide en;

Diseño para la información, persuasión, educación y la administración.

1.2.6 DISEÑO PARA LA INFORMACIÓN

El diseño de información requiere de la habilidad para procesar, organizar y presentar información en forma verbal en el diseño editorial que se distinguen por la gran cantidad de texto en donde es necesario realizar composiciones que logren hacer que la tipografía e imagen conformen un conjunto en donde cada uno de sus elementos contribuyan a su belleza.

Pero también hay diseño de la información no verbal como la señalización que se vale de signos y símbolos para representar lugares, indicaciones y conceptos, resueltos visualmente ya sea de manera figurativa o abstracta.

Proyectos del diseño para la información

Libros, revistas, diarios, carteles, folletos, instructivos de aparatos, exposiciones, señalización, con el diseño de sistemas, de símbolos y señales



Figura 14 Lance Wyman diseño la señalización del metro, México 1969

⁹ Fleishman Michael, *Tu Carrera como Freelance (ilustrador o diseñador gráfico)*, Divine Egg Publicaciones, Barcelona España (2001), pag. 18

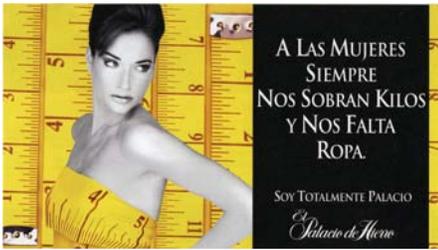


Figura 15 Coordinada por Ana María Olabuenaga, 1995. La campaña inicio con encuestas. Encontrando que Liverpool y Palacio de Hierro eran marcas sustituibles para las personas.

1.2.7 DISEÑO PARA LA PERSUASIÓN

El diseño persuasivo es el diseño de comunicación destinado a influir sobre la conducta del público e incluye tres áreas fundamentales:

- Publicidad comercial y no-comercial
- Propaganda política e ideológica
- Comunicaciones de interés social

Publicidad Comercial

Contribuye en la comercialización de productos y servicios de consumo, apoyado por la investigación de mercado, esta actividad se basa en economía, sociología, psicología de la conducta y psicología experimental.

El diseñador en este caso es el intérprete visual de los contenidos y de las apariencias aconsejadas por los expertos en comercialización. El papel del diseñador es plantear soluciones que convengan en materia de comunicación visual conciliando los intereses de la agencia que busca la comercialización de un producto con los criterios del diseño. En la comunicación gráfica de las empresas, la publicidad es la encargada de mantener vigente su imagen ante el público y competidores.



Figura 16 Con una duración de 15 años la campaña ha tenido variantes como lo es actualmente la aparición del hombre en sus mensajes.

El diseño de persuasión, incluye a la publicidad comercial que, a su vez, incluye tres grandes áreas: material promocional, avisos, publicidad directa, envases e imagen impresa.



Figura 17 Los ejes de la campaña, se basan el primero en dirigirse unicamente a la mujer, no presentar mujeres ideales y hablarles directamente con la decisión de resaltar la frase Soy Totalmente Palacio.

Proyectos que desarrollan

Campañas de publicidad, todo lo relacionado con la producción de los anuncios de los medios masivos de comunicación como la televisión, el cine, la radio y sistemas de identificación de la identidad empresarial.

Publicidad No Comercial

Son mensajes que se apoyan de una celebridad para vincular su reconocimiento ante la sociedad para transmitir un mensaje. La publicidad no comercial puede tener un objetivo tanto social o cultural sin fines de lucro.

Aunque la intención de este tipo de mensajes continúe siendo persuasiva, su enfoque principal está destinado a informar, tal es el caso de la *comunicación de interés social* que se distingue por transmitir contenidos de interés común de la sociedad. El diseño de este tipo de mensajes se caracterizan por ser claros o descriptivos en el caso de necesitar mostrar un procedimiento, con un lenguaje sencillo para ser comprendido por la comunidad.

Proyectos de la publicidad no comercial

Promoción de actos y eventos culturales gratuitos sin fines de lucro que no incluyen los políticos o ideológicos. En la comunicación de Interés social, campañas gubernamentales.

ISBN: 978-607-18-0064-3
9 786071 800643

LUIS GONZÁLEZ Y GONZÁLEZ

Nació en San José de Gracia, el 11 de octubre de 1925. Pasó su infancia en esa pequeña población michoacana, rodeado de ancestros venerables que con el solo magisterio de su presencia y sus recuerdos le transmitieron el amor por el pasado y la misión de grabarlo en la memoria. De esa experiencia original surgió su devoción por la *microhistoria*, género que don Luis fundó entre nosotros y que describía con estas sencillas palabras: es la "historia que nos cuenta el pasado de nuestra propia existencia, nuestra familia, nuestro terruño, de la pequeña comunidad".

Don Luis tuvo una sólida formación académica: estudió en la Universidad Autónoma de Guadalajara, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Colegio Nacional y la Sorbona. Por sus amenas y sabias cátedras pasaron varias generaciones de historiadores.

Entre sus obras más conocidas se encuentran *La República restaurada. Vida social* (con Emma Cosío Villegas y Guadalupe Montoy, 1956), *Fuentes de la historia contemporánea de México* (1961-1962), *El Congreso de Anahuac* (1963), *Pueblo en velo, microhistoria de San José de Gracia* (1968), *La tierra donde estamos* (1971), *Invitación a la microhistoria* (1972), *El liberalismo triunfante* (1975), *Los artifices del cardenismo* (1978), *Zamora* (1978), *Sahuayo* (1979), *Michoacán* (1980), *Los días del presidente Cárdenas* (1981), *La quierencia* (1982), *La vanda de las generaciones* (1984), *El estanco de la conquista* (1985), *Once ensayos de tema variegado* (1985), *El oficio de historiador* (1988), *La visita a Michoacán en 500 libros* (1994), entre otros.

Fue miembro de la Academia Mexicana de la Historia desde 1972 y de El Colegio Nacional desde 1978. Fundó una institución de excelencia académica: El Colegio de Michoacán. Obtuvo el Premio Nacional de Historia, Ciencias Sociales y Filosofía en 1983. Poco antes de morir, el Senado de la República le otorgó la Medalla de Honor Belisario Domínguez.

Don Luis formó con doña Armida de la Vara una familia ejemplar. Falleció el 13 de diciembre de 2003 en su pueblo natal. Le sobreviven seis hijos y seis nietos.

MÉXICO 2010 GOBIERNO FEDERAL SEP Instituto Nacional de Antropología e Historia CONACULTA



Figura 18 Campaña para promover el voto por medio de la aparición de músicos o personalidades reconocidas en nuestra sociedad.

Figura 19 Publicación de distribución gratuita, que forma parte de las celebraciones del 2010 en México

LUIS GONZÁLEZ Y GONZÁLEZ

VIAJE POR LA HISTORIA DE MÉXICO

MÉXICO 2010 GOBIERNO FEDERAL SEP Instituto Nacional de Antropología e Historia

Propaganda

El discurso de la propaganda está enfocado a la comunicación con el objetivo de difundir un mensaje. Debido a esta razón los mensajes se caracterizan por ser más formales. Entre los trabajos se ubican carteles políticos que tienen la prioridad de transmitir información más que seducir.

Por otra parte aparece el diseño de envases en un extremo, como elemento individual, y el diseño de imagen de empresa para ser el diseño de sistemas, ambos establecen un espectro en el desarrollo del trabajo gráfico relacionado con la comercialización de productos y servicios.

El diseño de imagen de empresa, es el punto de partida de la política de comercialización de una firma, establece las pautas generales de toda comunicación, interna y pública de una empresa. La imagen de una empresa no está limitada a los elementos gráficos utilizados, sino que es el resultado de todos los aspectos involuntarios o controlados que pertenecen a ella en su desarrollo público y privado.

El trabajo de diseño gráfico en este contexto contribuye a establecer un estilo de comercialización que actúa como marco de referencia para todo producto o servicio de la firma. Mediante las diferentes aplicaciones gráficas, la empresa obtiene su representación gráfica organizada que repercute en la credibilidad y reconocimiento con el público que entra en contacto con ella.



Figura 20 Aplicaciones de la marca Cerveza Sol que refuerzan su identificación y vigencia con el público

1.2.8 DISEÑO PARA LA EDUCACIÓN

Los ejes de la actividad del diseño son la información y la persuasión, a las que se suman otras características. En el caso de la educación la participación activa del usuario se vuelve indispensable. En todos los tipos de diseño de la comunicación se busca modificar la conducta del individuo, el de la educación motiva al individuo a pensar, juzgar para desarrollarse.

Cuando el aprendizaje resulta significativo se debe al interés que genera en el estudiante y es comprobable en el momento que el alumno es capaz de aplicarlo. Su formación se distingue mediante participación activa del estudiante.

Entonces la comunicación además de informar, persuade y educa cuando quien la asimila construye juicios de valor y genera una postura al referirse a un tema.

El diseño de la comunicación para la educación esta contenido en la implementación de campañas de educación sanitaria, prevención de accidentes entre otros. Para su elaboración el diseñador requiere del apoyo de otros especialistas para definir sus contenidos.

Finalmente se debe reflexionar que la efectividad de este tipo de comunicación se mide en función de modificar la actitud o hábitos del individuo respecto a una situación que afecta a la sociedad.

1.2.9 DISEÑO PARA LA ADMINISTRACIÓN

Entre sus funciones se encuentra establecer un orden a través de los formatos que se van implementando para las actividades de la empresa como lo son los formularios, y los memorandos internos que constituyen una forma de comunicación interna de las empresas que necesita ser clasificada.

Cuando se incrementan este tipo de formularios se vuelve indispensable utilizarlos como un sistema que refuerza la identidad gráfica de una empresa. Es aquí en donde el diseñador se encarga de la estructura, categoriza, establece jerarquía y secuencias ya que al final estos proyectos son medios de comunicación.

Entre los trabajos se encuentran el diseño de formularios, boletos de transporte, entradas de espectáculos, boletas, remisiones, organigramas.

Para Frascara el diseño de formularios tiene características especiales. “*«informa» al usuario acerca de cómo presentar la información; «persuade» al usuario acerca de respetar el orden propuesto y determina la sección y organización provista por el usuario.»*¹⁰

The image shows a digital form for vehicle registration (Tenencia) for the year 2011. The form is issued by the Government of Mexico City, specifically the Secretaría de Finanzas (Treasury). It contains the following information:

- Owner Information:** ERWIN ECKERLE YAZ, residing at Cjón de Correidora 153, Campestre, Alvaro Obregón, C.F. 01940.
- Vehicle Information:** Year 2011, Plate ST2WDX, Make/Model 2004, Line 8 (BANCARIA), License Plate ERYE81101.
- Tax and Fees:** Tenencia 2011: \$1,555; Total a Pagar: \$303; Line 8 (BANCARIA): \$1,858.
- Vehicle Details:** 2004-01-31, \$210,700, 85104XX572WDX161/WCSV.

The form also includes a QR code and instructions for payment and renewal.

Figura 21 Formulario actual del Gobierno del Distrito Federal, en donde se utilizan los medios digitales.

¹⁰ Frascara, Jorge, ob.cit., nota 4, p. 17

I. 3 **Ámbito**

Las referencias acerca de las funciones y el campo laboral, se complementan con el ámbito para explicar la actividad del diseño en nuestro país y en consecuencia deducir porqué se producen los proyectos personales del diseñador gráfico.

El análisis del diseño desde un enfoque, a partir de su ámbito significa explicar la disciplina a partir de los autores que han establecidos los referentes que facilitan su estudio estableciendo particularidades y coincidencias que estructuran su profesionalización.

El término ámbito es utilizado por Mihaly Csikszentmihalyi, autor del libro *Creatividad*, en el que se basa esta tesis para explicar la valoración de la disciplina por medio de sus representantes más destacados, cuya actividad es reconocida como contribución para el conocimiento y difusión de las funciones del diseñador gráfico tanto por sus colegas como por personas relacionadas con la disciplina.

“El ámbito incluye todos los individuos que actúan como guardianes de las puertas que dan acceso al campo.”¹¹

Referirse al ámbito del diseño gráfico nacional a través del grupo de profesionales que definieron sus características, refuerza la idea de que la actividad de los autores es resultado de un contexto en que se produce y ellos mismos, con su trabajo, van retroalimentando el contexto en donde se desenvuelven.

La relevancia del ámbito no se centra nada más en definir a sus integrantes. El ideal es comprender como los diseñadores van conformando un gremio configurado por cualidades y problemas generados por la actividad de sus integrantes que practican el mismo oficio.

Por esta razón la disciplina es dinámica, y el ámbito permite comprender el momento y el desarrollo del diseño gráfico que se adapta a las necesidades de la época en que se produce.

Con el análisis de la actividad de los exponentes sobresalientes aparecen las constantes que sirven de referencia a las próximas generaciones para comprender el proceder del diseñador gráfico en la actualidad. A su vez estos diseñadores establecen los estándares de calidad.

El criterio de selección se basa en los autores que aparecen en los eventos y publicaciones como un registro importante de la actividad del diseño gráfico nacional.

Es común encontrar que las referencias textuales coinciden con conferencistas de esta especialidad que los citan a los autores que se presentan a continuación como parámetro del diseño que se produce y destaca a nivel nacional.

También es necesario mencionar que en una selección siempre es cuestionable la ausencia de algún otro autor, pero aún así es necesario intentarlo y en este caso se basó en fuentes bibliográficas y en los eventos de mayor reconocimiento en materia gráfica de nuestro país.

En este sentido hay que señalar la tendencia en el área cultural de los autores propuestos, detalle que lleva a la reflexión que en este medio (cultural), es más identificado el diseñador en forma individual, o simplemente hay más documentación para el estudio de un autor a diferencia del publicitario en donde prevalecen las agencias.

1.3.1 Vicente Rojo

Las raíces que conformaron la disciplina hacen comprensible la función del diseño en México y su relación con nuestra cultura.

La actividad de los diseñadores destacados, trasciende por su continuidad en la producción de proyectos. Ser solicitados por clientes es una forma de reconocer el desempeño de un profesional que incluye sus habilidades técnicas y el servicio que realiza. En el caso de este autor el reconocimiento se ha ampliado por sus colegas de diferentes generaciones, así como particularmente por especialistas dedicados a otras actividades culturales.

*“El inicio del diseño moderno nacional en el plano formal y conceptual se debe al trabajo de Vicente Rojo, el cual ha sentado precedentes de su trayectoria”.*¹² La improvisación no tiene cabida en su trabajo, con su dedicación consiguió innovar técnicas y procedimientos que sin proponérselo crearon escuela, estableciendo estándares de calidad en nuestra disciplina.

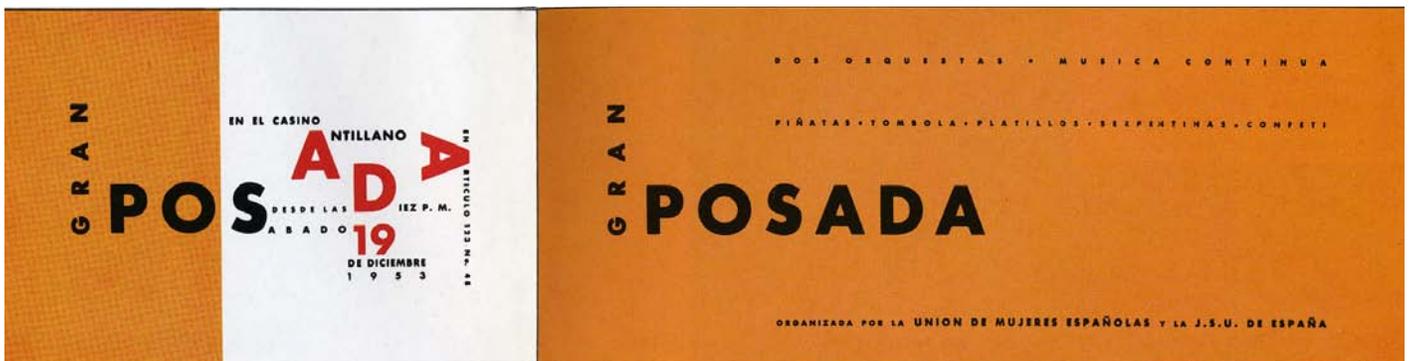


Figura 22 Invitación para una posada 1953., 11.5 x 18 cms.

¹² Amézaga Gustavo, Biblioteca de diseño Quorum Vicente Rojo, México, Libros Quorum, 1990, pag.5

Vicente Rojo llega a México en 1949, En sus inicios fue colaborador del también pintor español Miguel Prieto de 1950 a 1956, quien tuvo a su cargo el diseño de suplementos culturales en la oficina de Ediciones del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA),

Prieto tenía la filosofía de considerar tan importante diseñar un boleto de entrada para un evento, como diseñar un libro. Reflexión que refleja la dedicación del trabajo para plantearse que cualquier soporte gráfico brinda la oportunidad de demostrar a su ejecutante su capacidad para diseñar. Los rasgos característicos del trabajo de Prieto se encuentran en el dibujo de letras con enlaces para unir a dos de ellas o a la palabra completa, para conseguir que el título del libro sea la imagen de la portada.

Rojo asimiló esta visión, para valorar y definir su gusto por el diseño cultural. Estableció con su trabajo un modo de producción que consolidó la forma en que los editores concebían los impresos culturales, valiéndose de la tipografía proporcionó a las publicaciones periódicas cualidades estéticas, al respecto Carlos Monsiváis opina *"Rojo se propone (y lo consigue) atraer lectores de otras maneras, subrayando lo evidente: los ofrecimientos culturales empiezan por la educación visual. Él lee los textos con cuidado o solicita una sinopsis, selecciona las imágenes pertinentes, dibuja viñetas, se preocupa por los "golpes de vista", Él no es sólo director artístico, sino codirector editorial, y el rigor con que sostiene la coherencia interna del suplemento, determina el estilo e influye en el tono."*¹³



Figura 23 Diseño de portada (1963), y muestra de 80 asteriscos dibujados que aparecen en el interior.



¹³ Rojo, Vicente *Cuarenta años de diseño gráfico*. México, Era, Trama Visual, Imprenta Madero, FIL Guadalajara, UNAM, 1990, pag. 9

Esta visión por la estética proviene de sus orígenes como pintor en donde él mismo establece que la diferencia entre diseño y arte radica en la forma de hacerlo

Al ser entrevistado por Gustavo Amézaga, Vicente Rojo ha dicho "el diseño gráfico es casi siempre una tarea colectiva para la que es necesaria la colaboración de un amplio equipo de trabajo. En cambio, pinto mis cuadros en la soledad de mi estudio. El diseño debe comprobar su eficacia casi al instante, mientras que la pintura es una meditación, una reflexión constante, no tiene final."¹⁴

Otro rasgo que distingue el trabajo de este autor es el manejo de la tipografía el cual ha pasado, desde el aspecto técnico en los años 50's, con la selección de la imprenta por la familia tipográfica que tuviera en tipos móviles para diseñar, hasta pasar por la fotocomponedora en donde era necesario mandar a parar la tipografía, que consistía en entregar un texto mecanografiado (máquina de escribir) en donde se indicaban las especificaciones del cálculo tipográfico; el tamaño de la fuente, el ancho de la columna etc. y se recogía en una galera que es un hoja en papel fotográfico con el texto corrido, para finalmente armar manualmente las columnas que conforman la composición de la página.

Esta habilidad técnica en el manejo de la tipografía generó el juicio auto-crítico en el cuidado del texto. En periódicos y revistas se distingue por ser



Figura 25 Diseñó el Periódico La Jornada (1984)

¹⁴ Amézaga Gustavo, ob. cit., nota 12, p. 33



Figura 24 Portada de revista en colaboración con la diseñadora Azul Morris (1982)

TORERO!

sobrio para facilitar la lectura, esta postura demuestra su seguridad y convencimiento para resolver portadas de publicaciones únicamente con tipografía ya que ésta posee cualidades estéticas y evita adornos que distraen la percepción del mensaje. “Desde niño he sentido una fuerte atracción por las letras (y no sólo como lector) Sus formas tan precisas y a la vez variadas sustituían a los juguetes que no tuve”.¹⁵

NAZARIN

Como muestra de este rigor en la supervisión de los textos diseñados para libros, no se perciben errores tipográficos como ríos o demasiados cortes de palabras. Una de sus constantes se debe a su composición del cuerpo de texto a 12 puntos y 14 de interlínea.

PEDRO PARAMO

Figura 26 Proyectos realizados para Producciones Barbachano Ponce 1958 / 1966

También se suman a las características anteriores del trabajo de Vicente Rojo su etapa experiemntal, la cual se desarrolló en Imprenta Madero a partir de 1954 y que se distingue por el uso de recursos técnicos relacionados con la impresión, que eran considerados propositivos en su momento en la manera de reproducir un proyecto como recurso técnico que influía en el aspecto visual de la imagen aplicada al diseño.

Los más comunes son; la utilización moderna de grabados, viñetas, marcos, orlas, plecas y otros elementos tipográficos tradicionales, como las manitas indicadoras, en particular aparecen la creación de los asteriscos (símbolos) obtenidos de la lectura para resaltar el contenido del texto con el propósito de ilustrar, ambientar, decorar y reforzar visualmente el contenido textual de la página editorial.

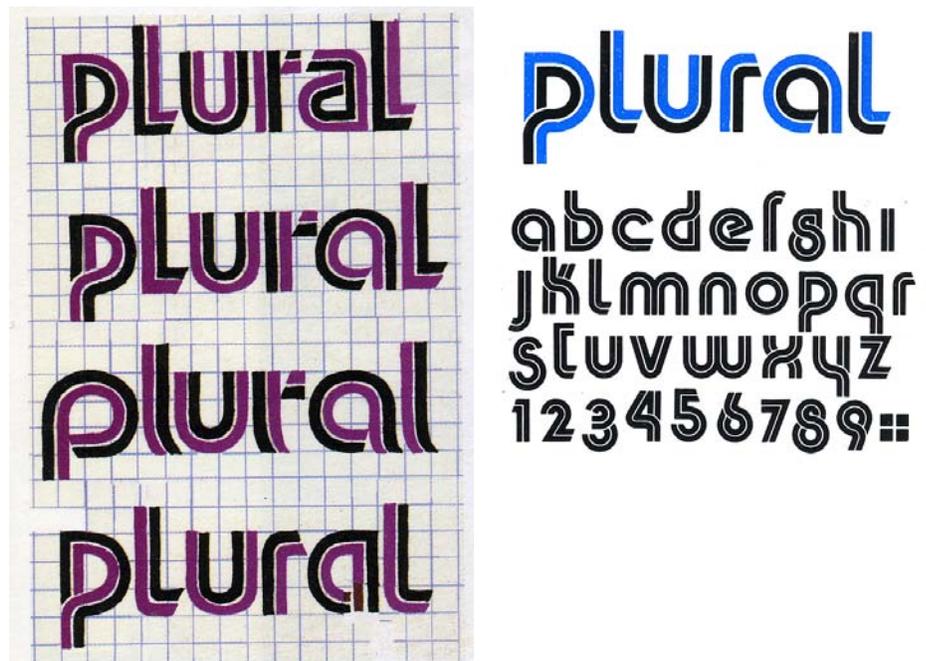


Figura 27 Estudio y Tipografía para la Revista Plural 1971

¹⁵ Rojo, Vicente, ob cit., nota 3, p. 68.

Estas inquietudes por encontrar nuevas formas corresponden también a la inercia de haber diseñado más de mil portadas de libros. Aunque en estos proyectos se encuentran series de libros en donde se observa el criterio de conservar una uniformidad y correspondencia visual, también es perceptible la intención experimental por ver hasta donde se puede llegar con una propuesta visual.

De forma alterna al trabajo en Imprenta Madero, Vicente Rojo junto con los hermanos Espresarte y José Azorín, formaron editorial ERA en 1959, nombre creado con las iniciales de sus apellidos y que comenzó a generar publicaciones con amigos escritores conocidos. La impresión de los libros estaba contemplada para realizarse en los tiempos desocupados de las máquinas en Madero. El mismo Rojo considera que es en esta editorial en donde se encuentra su trabajo más personal y significativo.

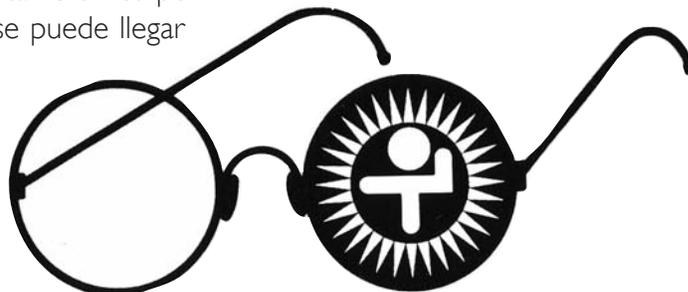


Figura 28 Ilustración para aniversario de Ediciones Era

La editorial permitía plantear el proceso de elaboración del trabajo, que se distinguía por la libertad de intervenir en las publicaciones con el tiempo necesario para leer cada libro que se publicaba.

*“La serie Alacena, que era para mí un laboratorio: todas las portadas y las páginas interiores eran diferentes y, como ha sido habitual en todo mi trabajo, trataba de sacar el mayor partido a las limitaciones económicas”.*¹⁶

En particular, la publicación de libros se puede considerar el vínculo que mayor interés ha generado este autor con el diseño gráfico entre sus valoraciones está la apreciación del libro como objeto en sí y por su contenido relacionado con el ambiente cultural.

*“Yo me sentía cultural y socialmente útil como diseñador, me interesa el diseño como difusor de cultura, no en sí mismo”.*¹⁷

El propósito de los directores de la editorial tenía que ver con el sentido de democratizar las cultura, es decir hacer más accesible la adquisición de los libros a cualquier clase social, por eso la prioridad del diseño es hacer que las portadas se leyeran, sobre la decoración innecesaria que sólo distrae. Actualmente Editorial ERA, es el lugar de trabajo y vinculación de Vicente Rojo con el diseño, en donde continúa publicando libros de manera independiente. Ésta reflexión permite visualizar el alcance que puede tener un proyecto personal, sirviendo de referencia a este estudio, en donde demuestra que el diseñador se mantiene gracias a la actividad que él mismo produce en el medio, sin depender de los cambios tecnológicos. El mismo Rojo se considera ajeno a las computadoras, prefiriendo las herramientas tradicionales como el compás, las escuadras que hoy en día ya no son tan utilizadas en el medio.

¹⁶ Ibidem, p. 54

¹⁷ Suplemento Tomo del Periódico Universal, Tovar, Rodrigo, 2009, pág. 13

1.3.2 Gonzalo Tassier

Diseñador gráfico que sobresale en el campo de la publicidad. Al referirse a su trabajo se hace necesario señalar que de igual forma resuelve trabajos editoriales, (incluyendo anuncios para revistas para BMW), diseños de empaques para Alpura, ilustraciones, la creación de la mascota para la Selección Mexicana, la imagen corporativa de la ciudad de México y promociones para la Chrysler, entre otros. Él bromea que aprendió diseño cuando la Universidad Iberoamericana lo invitó a enseñarlo durante 8 años, pero como todo lo que hace tiene repercusión, se hizo merecedor por sus méritos docentes a la medalla Sir Misha Black que otorga el Royal College of Art en Londres.

En el medio publicitario se ha desempeñado como diseñador en Giancarlo Novi, Design Center - Zimat, como director creativo en Publicidad D'Arcy y en la agencia de publicidad Bozell.

Para él, *"la publicidad es un ejercicio de inteligencia entre lo gráfico, lo hablado y lo escrito"*.¹⁸ Su filosofía de trabajo es respetar al espectador, proponiendo mensajes que hablen de la veracidad del producto, para penetrar en la mente de la gente y en la medida de lo posible provocar una sonrisa. El buen humor es un distintivo de este diseñador.

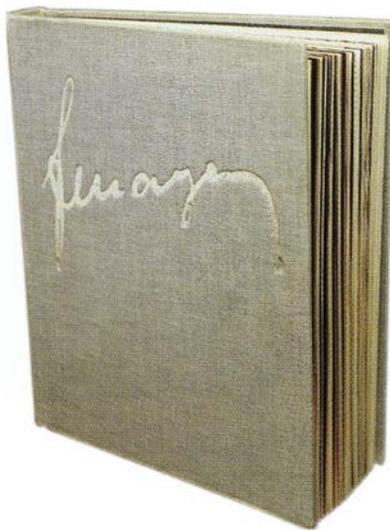


Figura 29 Diseño Libro de Arte para el Museo
Franz Mayer, portada e interiores



¹⁸ Entrevista a Gonzalo Tassier, Ciudad de México, Enero 201

Tassier como otros diseñadores sobresalientes, con su trabajo han establecido de manera consciente o inconsciente referentes de la disciplina, y con su actividad cotidiana ratifican los principios teóricos que sean escrito para estudiarla. En el caso de la publicidad, él respeta el principio de no trabajar para un producto en el que no creó. Para conseguir este propósito este diseñador demuestra que no sólo hay que identificarse por la habilidad técnica en el trabajo gráfico, más bien hay que ser creativos, distinguirse por ser inteligentes y proponer en cada proyecto una idea que sirva, aplicando de este modo otro principio de la publicidad que se refiere a las cuentas se ganan con creatividad y se pierden por su servicio. Por esa razón él piensa que sin idea no hay diseño.

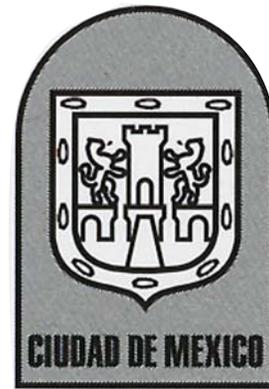


Figura 30 Proyecto diseñado para el Departamento del Distrito Federal

En la parte del ámbito establece un parámetro al identificar que los clientes solicitan su trabajo porque este diseñador ha conseguido impregnar un sello en los proyectos *"Hago un análisis de lo que hay que comunicar y lo traduzco a través de un pensamiento lo más alegre y diferente que pueda"* considera *"El diseñador gráfico es un ordenador dentro de la comunicación."*¹⁹

Se considera un diseñador accidental, pero al ver su trabajo y procurar interpretarlo parece más bien humano ya que el trazo espontáneo de su dibujo coincide con su postura comprometida con su trabajo pero desenfadada para no caer en los cánones que son utilizados comúnmente para resolver visualmente las cosas.



¹⁹ Ídem



Figura 31 Agujol, Mascota de la Selección Nacional, 1993



Figura 32 Dibujos de Cerditos en servilletas

Otro referente de su trayectoria se encuentra en la primera edición del **Libro Rojo** *Cómo y cuánto cobrar*, publicación que establece un parámetro del manejo profesional del diseñador en este caso en el aspecto administrativo. Y que llevó a sus editores consultar a diseñadores reconocidos como Tassier y López Castro entre otros, la manera en que cubren aspectos de la negociación y valorización de su servicio con el cliente. Información que sirve a nuevas generaciones a estructurar un presupuesto, con cláusulas que sirven para organizar el trabajo y el respeto laboral entre el diseñador y el cliente.

En la presentación de la publicación Tassier explicó que cuenta con un representante que determina los presupuestos de su trabajo y se refirió específicamente al rediseño de la identidad de la Ciudad de México, en dónde comentó que su investigación lo llevó a concluir que su trabajo solamente consistía en agregar un nopal para hacer coincidir el número de estos con la representación original de nuestros antepasados. Es decir, el maestro enseña que su experiencia lo lleva a reafirmar su función de comunicar simplemente.

Tassier con su actividad profesional, que no es posible precisar pero que se identifica desde 1970 hasta la fecha, enseña que no es el tiempo de diseñar la característica más relevante de un diseñador, sino la consistencia de su trabajo, es apreciable en la trayectoria de un diseñador; sus proyectos y clientes, pero lo es más significativo identificar actualmente su continuidad de seguir produciendo dibujos que se convierten en diseño utilizados por carteles institucionales para el Banco Santander, conformar un despacho de diseño integrado aproximadamente por 18 diseñadores, con quienes colabora en cada proyecto, hasta finalmente planear ser pintor y pintar para hacer obra espontánea.

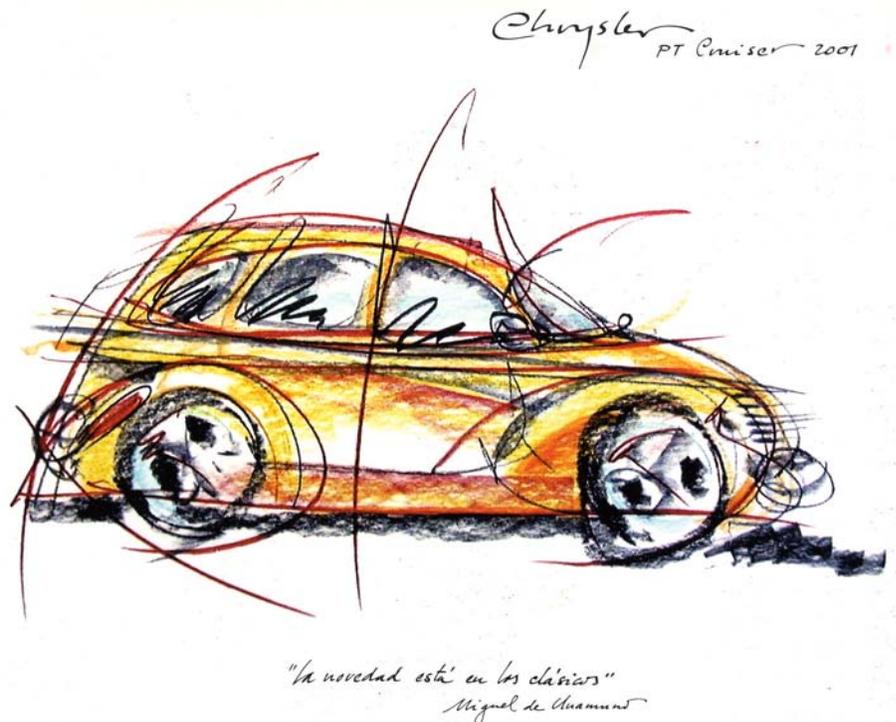


Figura 33 Anuncio para PT Cruiser, 2000

I.3.3 IMPRENTA MADERO

Creada en 1956 por Tomás Espresarte y Eduardo Naval, es también conocida como la Escuela Madero, debido a la influencia del trabajo de Rojo, y a los méritos propios de los jóvenes diseñadores que colaboraron en ese lugar, y que ahora son destacados diseñadores nacionales como Rafael López Castro, Germán Montalvo, Luis Almeida, Azul Morris, Rogelio Rangel, Peggy Espinoza, Bernardo Recamier, Efraín Herrera, Pablo Rulfo, y Adolfo Falcón.

Los trabajos que se imprimieron en Madero incluían a instituciones como Difusión Cultural de la UNAM, Instituto Nacional de Bellas Artes, así mismo proyectos que involucraban a las personalidades del ámbito cultural, por ejemplo; Carlos Monsivaís con el suplemento de México en la Cultura, Juan Villoro cerrando la Gaceta del Fondo de Cultura Económica, Mario Lavista, hablando de teoría musical de fin de siglo, Juan José Arreola platicando de sus cuentos, Alberto Gironela que estaba imprimiendo unos grabados, José Luis Cuevas que también iba a imprimir gráfica.

Estos trabajos, junto con su autores, contribuyeron en el prestigio de la Imprenta por haber tenido trascendencia en nuestro país.

La convivencia de los diseñadores con estas personalidades propició un ambiente de trabajo que se distinguió por el intercambio de ideas en la producción de proyectos gráficos que no se ha vuelto a repetir en nuestro país. El comunicador gráfico estimuló su creatividad gracias a los contenidos de los proyectos y a la disposición del cliente para encontrar nuevas soluciones visuales.

Cada diseñador gráfico era el responsable de manera individual de atender al cliente, diseñar, hacer el cálculo tipográfico, supervisar el proceso de trabajo desde la corrección de textos y salida de negativos, hasta la impresión.

Para Rogelio Rangel, integrante de la Imprenta de 1980 a 1984, la actitud, experiemntal se manifesto desde *“el rayado de los negativos para ver qué sucedía en la impresión hasta la aplicación de la tipografía. En publicaciones, si había una letra que le interesaría al diseñador y no se contaba con ella, entonces se fotografiaba marcando las palabras que el diseñador necesitaba y de ahí ya salían los encabezados. recurso que si no era así no había forma. En algunos casos se dibujaban las tipografías y en muchos casos se hacía collage, ensambles de imágenes, porque era lo que teníamos a la mano, teníamos muchas imágenes sueltas, entonces teníamos que ingeniarlos para armar una imagen que tú quisieras y luego esa imagen más los tratamientos de punto reventado, las tramas, los altos contrastes, los colores barridos daban un lenguaje muy especial”*.²⁰



Figura 34 Logotipo de Imprenta Madero, diseño Vicente Rojo

²⁰ Entrevista a Rogelio, Rangel, México, D.F., Junio 2009



Figura 35 Reunión de Integrantes de Imprenta Madero, 1988 Rafael López Castro, Luis Almeida, Germán Montalvo, Bernardo Recamier, Efraín Herrera, Pablo Rulfo, Azul Morris, Vicente Rojo, Peggy Espinosa.

Las inquietudes por la experimentación visual de los diseñadores se complementaron con la experiencia de los impresores, que aportaron a través de su oficio el conocimiento para aprovechar las posibilidades del proceso de impresión aplicadas al diseño gráfico.

El respaldo del impresor en el trabajo del diseñador consistía en supervisar la parte técnica para interpretar la propuesta de diseño en el proceso de impresión. Esta colaboración, se identifica en la aplicación de color, a través de porcentajes para anticipar que color se obtiene de la combinación de dos o más tonos.

Otra contribución de esta colaboración consiste en tener la iniciativa para aprovechar al máximo los recursos de la misma imprenta. Por ejemplo, en ocasiones juntaban dos proyectos que tenían presupuesto de dos tintas, pero debido a su formato podían entrar en la misma prensa de offset, para dar como resultado imprimir cada proyecto en cuatro tintas.

Una de las particularidades de la propuesta de diseño en Imprenta Madero, se encuentra en este rubro de la impresión con los barridos de color tanto en serigrafía como en el offset.

En offset el detalle técnico que implementaron en su ejecución se encuentra en la charola de impresión en donde se colocaban tiras de papel grueso que separaban las tintas del degradado cuya función era ir mezclando ligeramente los colores con el movimiento natural de los rodillos que se iban entintando.



Figura 36 Portada e Interiores de la Revista Artes Visuales, num. 10, 1976

Este principio de los barridos de colores fue implementado en la serigrafía, pero la solución técnica se adaptó en el manejo del rasero; por una parte, con su inclinación, el impresor va mezclando los colores, en el caso de un formato muy grande es apoyado por otro impresor para mantener la uniformidad de la plasta de color.

El departamento de serigrafía no tenía funciones comerciales, se formó con el enfoque de producir obra gráfica es decir reproducir las obras de artistas.

La imprenta estaba constituida por Magnetipo, Multicolor y Multiarte, departamentos que eran dirigidos por la Dirección General que se encargaba de conseguir a los clientes, y hacer los arreglos monetarios. En este departamento se distingue el trabajo de José Azorín quién impuso una disciplina que repercutió en el ambiente y ritmo de trabajo del quehacer cotidiano en la Imprenta. La carga de trabajo y la exigencia por hacer bien las cosas era un factor que medía la permanencia de quienes laboraban en este lugar. Como anécdota en Imprenta Madero había gente a la que no la despedían sino que ella misma se salía.

David Negrete quién trabajo de 1976 a 1985 en la imprenta, reconoce que Pepe Azorín *“nos enseñó a ser responsables, nos enseñó a ser rectos, sabía lo que estabamos haciendo o por qué no lo estábamos haciendo.”* [también recuerda el inicio y el final día laboral consistía en engrasar las máquinas con la idea mantener impecable las condiciones del equipo para obtener un mejor rendimiento del mismo] *“la presión era sana, no era porque estuviera mal, era para superarte”.* (sic) ²¹

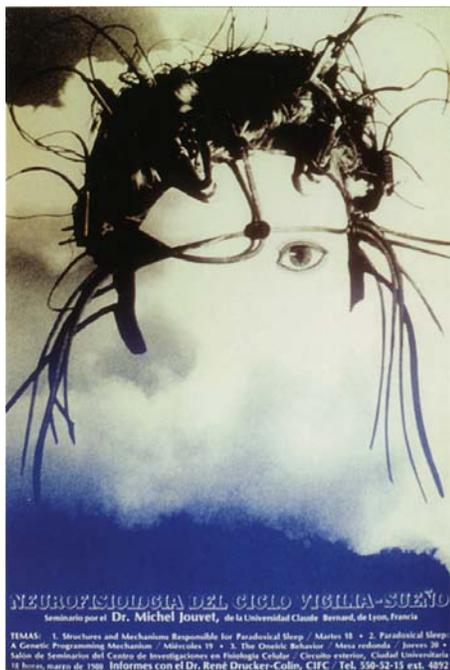


Figura 37 Cartel diseñado por Bernardo Recamier



Figura 38 Cartel diseñado por Azul Morris

²¹ Entrevista a David Negrete, México, D.F., Junio 2009

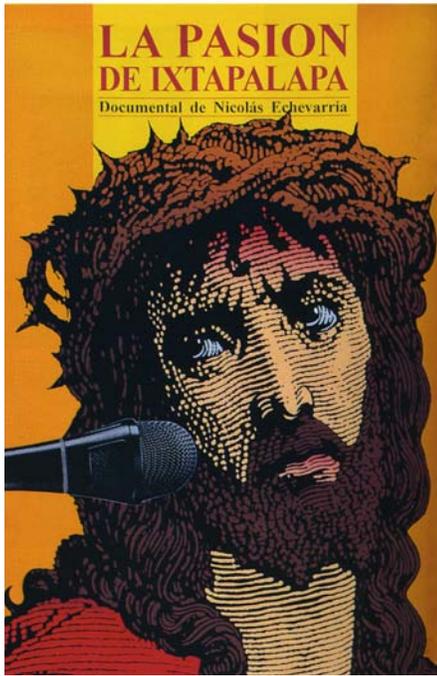


Figura 39 *La Pasión de Ixtapalapa*, cartel cultural.

1.3.4 Rafael López Castro

La característica que comparte este autor con los diseñadores de este apartado es su vasta y versátil producción gráfica. Desde el campo editorial, con la elaboración de carteles, libros y revistas hasta el diseño de identidad corporativa así como la fotografía.

Nacido el 11 de septiembre de 1946 en Degollado Jalisco, estudió en la Escuela Nacional de Artes Gráficas de 1965 a 1967, en su trayectoria profesional se distingue por haber trabajado en la publicidad en donde descubrió que su verdadera vocación está en el ambiente cultural, colaboró en Imprenta Madero de 1972 a 1977 en donde reconoce la influencia de Vicente Rojo, posteriormente fue el Director del Departamento de Publicaciones de la SEP en 1977 para volver a ser el Director del Departamento de Publicaciones del Fondo de Cultura Económica hasta el año 1984. Luego decide formar Editorial Ermitaño en 1988. En 1993 la Bial Internacional del Cartel en México lo nombra presidente del Jurado y le realiza una exposición individual en el Museo Carrillo Gil. Actualmente trabaja de forma independiente.

Entre las cualidades particulares que sobresalen de su trabajo, se encuentra la incorporación de la cultura mexicana tanto en sus ideas como en la propuesta visual, gracias al conocimiento del origen de los motivos visuales que retoma de manifestaciones culturales de nuestro país, ya sean motivos prehispánicos, arquitectónicos, artesanales, hasta expresiones verbales de la gente.

La disciplina de este autor se distingue por su apego e investigación de nuestra cultura, él mismo considera *“Es frecuente que busque en mi raíz, símbolos, expresiones verbales que intento hacer gráficas.” “Crear un lenguaje mexicano no significa perder del todo la comunicación universal, significa simplemente buscar en nosotros mismos, lo rescatable, los códigos visuales, culturales de nuestro país. Irlos transformando poco a poco, no aceptar, siempre solamente lo logrado en otros países, con su propia cultura, que además por la gran fuerza que tienen, crean códigos visuales que se aceptan como terminados, que así son y eso es.”*²²

Este tratamiento y postura, contrasta con tantas aplicaciones que se hacen de motivos prehispánicos que se utilizan de forma descontextualizada y decorativa en el diseño. Por otra parte al mencionar el aspecto universal de la comunicación, López Castro se refiere al uso de una expresión local, tiene el riesgo de caer en un regionalismo, provocando que el mensaje sea comprendido por un grupo limitado de personas.

La aportación del trabajo de López Castro cuando retoma la cultura mexi-

cana, es conseguir adaptar artesanías al papel principal en la composición del mensaje visual. Esto lo logra por medio de maquetas tridimensionales con artesanías que se integran a otros objetos para conseguir elementos figurativos. Por ejemplo, la mujer constituida por su rostro que en realidad son libros forrados con papel lustre y cubierta por un chal. El proyecto que mejor representa esta etapa de diseño de este autor es la serie de Lecturas Mexicanas, para lo que hoy es el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y el Fondo de Cultura Económica con la elaboración de casi 200 portadas de libros.

Nelson Oxman al respecto afirma *“Rafael López Castro es uno de los destacados diseñadores que ha popularizado una serie de imágenes que existen en la conciencia colectiva como remanente de la cultura popular mexicana.”*²³

En este sentido López Castro es coherente con su postura de buscar en uno mismo cómo decir las cosas y a la vez muestra con objetos que han estado en la cotidianidad de la vida nacional, que pueden ser símbolos relevantes en la comunicación visual. Con la inercia de la reproducción masiva de los soportes de diseño gráfico, el trabajo de este diseñador ha contribuido a popularizar lo popular, ya que el mismo ambiente cultural de sus publicaciones trasciende y permea en todos los niveles socioeconómicos como intelectuales de la sociedad.

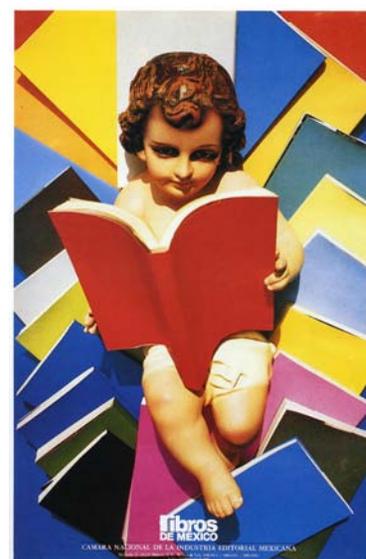
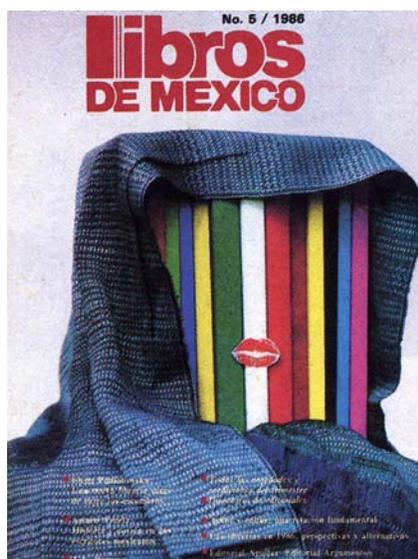
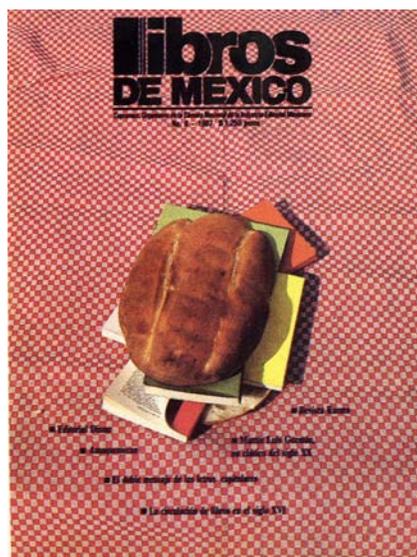
Por otra parte es importante destacar que este autor cuenta con otras cualidades que también han repercutido en el diseño nacional contemporáneo, la cuales se ven reflejadas en la producción de carteles con más de 300, que abarcan temas políticos y culturales.

Entre las técnicas que han distinguido el trabajo de López Castro se encuentra el uso de *clip art*, obtenidos de libros Dover, los cuales sirven de



Figura 40 Catálogo de Exposición, Museo Carrillo Gil, 1993

Figura 41 Revistas, Libros de México, 1985 – 1987
Cartel Libros de México



²³ Oxman Nelson colaboración en *Catálogo RLC Diseño Gráfico*, Trama Visual, Imprenta Madero, México, 1993, pag. 12

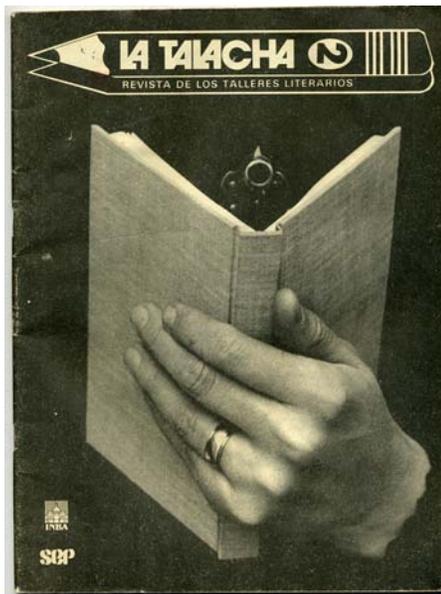


Figura 42 Portadas de revista de poesía La Talacha.

archivo visual. La aplicación de los grabados consistían en realizar *collages* que visualmente generan sucesos inusuales en la percepción de las formas por parte del espectador. Este acto convierte a la imagen en una invitación para descubrir la intención de la comunicación que se pretende dar con el mensaje.

Felipe Garrido comenta *“Elias Canetti aseguró un día que el escritor es el guardián de las metamorfosis. Yo extendería esto a la actualidad de los artistas. Y en la innecesaria argumentación para demostrarlo, López Castro sería una carta de triunfo. Si lanzo sobre sus empeños una mirada panorámica, lo primero que resalta es, junto con la sabiduría tipográfica, su obsesión por dar testimonio del milagro.”*²⁴

Otra manifestación técnica del trabajo constante del trabajo de López Castro, es el manejo de la tipografía que se distingue por el respeto de la legibilidad e integración en la composición. En sus carteles establece jerarquías en la información para formar arreglos tipográficos en donde el texto adquiere un peso formal. En otras propuestas distribuye los textos con la intención de enmarcar la imagen, cabe mencionar que en estos casos se tratan de textos fraccionados, como son el título del evento, fecha y ubicación.

Finalmente la cualidad por lo que esta tesis considera a este diseñador dentro del ámbito nacional, es el nivel cultural que demuestra en su trabajo y que se ve reflejado en el aspecto de manifestar una opinión respecto al tema, la cual incluye una representación gráfica que busca ser original acorde al conocimiento del contenido del tema y del tipo de lector de la obra.

Como consecuencia de esta postura, el diseñador obtiene del cliente su colaboración pero sobre todo la confianza para tomar las decisiones que determinan la conformación del proyecto final. Este convencimiento por parte del cliente se debe a la fundamentación de la propuesta. Este hecho no se menciona como un orgullo para la disciplina más bien como una muestra de la responsabilidad y el compromiso que asume este diseñador con sus funciones como comunicador visual.



Figura 43 Diseñador de la imagen representativa de eventos culturales



²⁴ Garrido Felipe colaboración en, *Catálogo RLC Diseño Gráfico*, Trama Visual, Imprenta Madero, México, 1993, pag. 17

1.3.5 Germán Montalvo

La influencia de este diseñador originario de Veracruz radica en observar su capacidad por generar un lenguaje visual propio en el que aparece la interpretación personal para abordar temas culturales en proyectos editoriales.

Entre las virtudes de su trabajo esta la incorporación de manifestaciones culturales de nuestro país al diseño gráfico, de manera contemporánea.

El interés por lo popular parece haber sido potencializado a su regreso de *La Scuola del Libro en Milán, Italia*, aprendizaje que contribuyó a incrementar las posibilidades en el uso de la tipografía y la apariencia abstracta de la forma, pero al mismo tiempo sirvió como un ejercicio para reafirmar desde el extranjero el aprecio por la gráfica e idiosincrasia de nuestro país, ya que a su regreso se percibe en su trabajo la tendencia hacia la síntesis de la imagen.

Respecto a la tipografía hay que señalar que está elemento constituye uno de los mayores retos al elaborar un mensaje visual, debido a que exige el conocimiento técnico del diseñador por conocer las cualidades expresivas y de comunicación que ofrece cada fuente tipográfica, En el caso de Montalvo sus composiciones son dinámicas, es preciso al relacionar la tipografía con la imagen para equilibrar lo visual con lo informativo del mensaje, además tiene la habilidad de hacer arreglos tipográficos para convertir el texto en un elemento visual que favorece la comunicación.

La transición de la gráfica popular al diseño de su trabajo se observa en el uso del color por los artesanos mexicanos, los cuales de manera constante integran varios colores en sus trabajos y consiguen contrastarlos para poder identificar todos los motivos que conforman en una pieza y resaltarlos del fondo que también contiene color. En el caso de su trabajo los colores son pequeños acentos de color por medio de círculos que nos refieren al uso de los elementos básicos del diseño como una forma de reiterar la efectividad del diseño a la hora de comunicar a través de sus principios.

La influencia de la cultura popular en su trabajo, se manifiesta a través de los artesanos mexicanos, concretamente en su dibujo que es expresivo y espontáneo, con la capacidad de hacer reconocible una figura, pero al mismo tiempo plasmarla de forma diferente. Además esta gráfica posee una síntesis que el mismo autor traduce sobre todo en sus carteles con dibujos de siluetas negras con el interés por el antropomorfismo (trazos humanos en los animales, o en cosas inanimadas o en seres abstractos)

El uso del color negro refleja la forma de trabajar que prevalecía en los años 70's, en donde un proyecto se presentaba en forma de original mecánico al cliente y sólo una camisa de indicaciones se señalaba el color que se desginaba a la ima-



Figura 44 Diseño de cartel aplicado en escultura

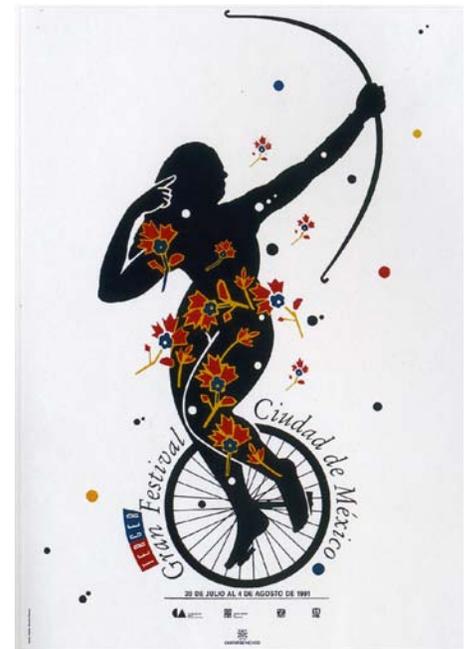


Figura 45 Cartel del Festival de la Ciudad de México, 1991

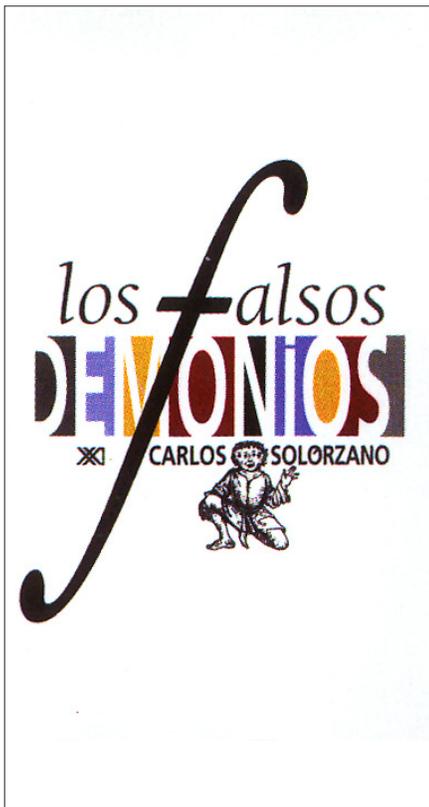


Figura 46 Portada de Libro

gen, Esto quiere decir que el trabajo de este diseñador ha tenido la capacidad de trascender, ya que su propuesta visual resulta vigente ahora como en sus inicios.

La relevancia de dicha propuesta visual a través de los años, sólo se consigue con el equilibrio entre lo visual y la creatividad de la forma de transmitir un mensaje, en este aspecto Montalvo utiliza la imagen para dar una referencia instantánea para acercar al espectador hacia el tema.

Su propuesta es una invitación para leer el mensaje y posteriormente reflexionar acerca de la idea que presenta el cartel. Al respecto el mismo autor considera:

“Muchas de las ideas de estos carteles, evocan un momento de la historia y en el arte, llámese cine, literatura, música, poesía, pintura y mucho por supuesto arte popular.

*Aunque el diseño trata de ser lo menos narrativo y sobre todo el lenguaje del cartel es tan instantáneo, las imágenes tienen detrás de ellas todo un cúmulo de información que se tiene que formular en no más del momento que dura un grito”.*²⁵

Las ideas de sus carteles son el resultado de lecturas que contienen historias que sugieren imágenes vinculadas con los textos de sus carteles, en este proceso creativo se suma su experiencia personal con el tema.

En las ideas de sus carteles es constante evitar caer en un lugar común que se refiere a proponer una idea obvia, para este autor, el diseñador siempre debe buscar la forma de hablar desde un punto de vista diferente sin descuidar la efectividad de la comunicación.



Figura 47 Catálogo exposición Andy Warhol, México 1999

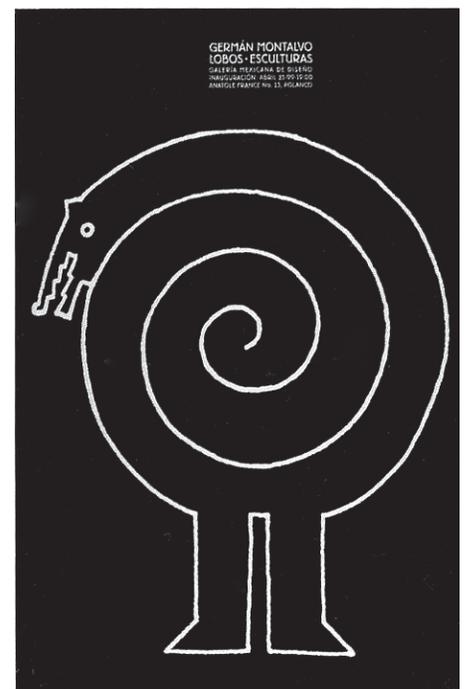


Figura 48 Cartel, Lobos • Esculturas, 1999



Figura 52 Cartel Tolerancia Intolerancia diseñado por Renato Aranda fue uno de los trabajos premiados de 2a. BICM.

Este evento involucra la participación de instituciones gubernamentales para tener una repercusión visible de la Bienal, por ejemplo la Dra. Alejandra Moreno Toscano, directora de la Secretaria de desarrollo social del departamento del distrito federal, opinaba

“Los cursos, talleres, conferencias y encuentros que se realizaron como elementos constitutivos y medulares de la Bienal, gracias al entusiasmo y tenacidad de los jóvenes organizadores, se convirtieron también en oportunidad para experimentar imágenes en la difusión de las actividades de espectáculos que la ciudad patrocina. Repercutiendo incluso, en las iluminaciones festivas con que se visten las calles en septiembre y diciembre. Vinculando por primera vez, a los diseñadores gráficos con los servicios urbanos de su ciudad.”²⁶

La finalidad de acercar a los maestros de diseño con la comunidad estudiantil es posibilitar la mejora de la producción del diseño gráfico en nuestro país que se vera reflejada con un diseño más eficiente que favorece la comunicación y contribuye con la disminución de la contaminación visual.

La Bienal contribuye con el estudio del diseño gráfico con la producción del material que difunde y da cuenta de las actividades que ha realizado en todos sus eventos. El material referido incluye la producción de carteles de exposiciones y conferencias que realiza, la formación del boletín Extradiseño y la revista Lúdica que se distinguió por ofrecer información actualizada por la realización de entrevistas con autores nacionales y extranjeros, hasta el catálogo de concurso de carteles que refleja las variantes de la producción de carteles a nivel mundial cada dos años.

La actividad de la Bienal, también ha propiciado la difusión el trabajo de diseñadores mexicanos en el extranjero.



Figura 53 Bandera del Periódico Reforma que inicio actividades en 1993

1.3.7 Periódico Reforma

En el área editorial, el periódico Reforma ha modificado con su aparición en el año 1993, procedimientos de la elaboración y distribución de este medio de comunicación. Fue el primero en nuestro país en realizar un diario a todo color; otro aspecto visual que lo distingue es su estructura a seis columnas que tiene la encomienda de terminar la noticia en la página en que inicia. Así como contener la mayor cantidad de imágenes para ilustrar todo el contenido de la información que presenta.

La ilustración y sus ilustradores en este diario son un distintivo, a la conceptualización y solución visual al tratamiento de la información que responde a la misma dinámica en que se produce, para ser dividida en Hard News, las noticias de interés general, generadas en el momento según los acontecimientos del día, a diferencias de soft news que son planeadas con anticipación.

²⁶ Moreno Toscano Alejandra, Colaboración, *Catálogo de la primera bienal del cartel en México*, Trama Visual, México, 1990, pag. 12

La versatilidad de la ilustración, se manifiesta con sus caricaturistas para ilustrar por ejemplo la sección de Negocios y las infografías.

Parte de esta política del periódico se ha mostrado en su proceder para mantener su independencia del gobierno, hecho que se vió reflejado en su primer aniversario del 20 de noviembre de 1994 en donde el Diario fué notificado por la unión de voceadores que no trabajaría ese día, y propiciará la reacción del personal del diario como José Ramón Fernández, Germán Dehesa a distribuirlo personalmente de forma gratuita en las calles. Con este acontecimiento surgió la idea de distribuirlo por cuenta propia, generando empleos ya que sus voceadores se les entrega la publicación en el lugar de la venta, además el periódico optó por comprar su papel que es enviado desde Canadá y se distingue por tener una mejor calidad en el cuerpo que es menos porozo, más resistente y con una mayor blancura que el convencional.

La cantidad de ejemplares que se producen diariamente es de 175, 000 la cuál esta certificada ante un notario público. Con este dato las empresas que se anuncian tienen la garantía que realmente se producen estos ejemplares y pueden calcular por medio de un estudio el promedio real de venta del periódico para escatimar el número de personas a las que pueden llegar su mensaje.

Como líder en su ramo esta publicación innovó actividades en el ramo editorial, tal es el caso de cubrir un aspecto formativo y estar en contacto con los jóvenes diseñadores que egresan de las escuelas. En este sentido *Reforma* realiza dos cursos al año, convocando en las escuelas de diseño a estudiantes interesados en el ramo editorial a formar parte de un entrenamiento con duración de dos semanas.

La primer parte de la capacitación consiste en una serie de conferencias impartidas por los encargados de las secciones o departamentos de fotografía, espectáculos, deportes, gobierno etc. para comprender la organización y el proceso de trabajo del periódico, además de explicar el diseño formal del diario por medio del manual de estilo, que es proporcionado a cada participante.

Entre las prácticas se encuentra fomentar el trabajo en equipo formado por un redactor (estudiante del curso) y el diseñador son encargados de cubrir un evento durante el fin de semana para armar una noticia en la sección de la primer plana virtual.

Otra actividad tiene que ver con estar presente en la elaboración de una sección para observar cómo trabaja en tiempo real, el diseñador, jefe de redacción, reporteros etc. El resto del curso, el estudiante crea secciones de las conferencias que presenciaba, al iniciar el día, posteriormente tenía



Figura 54 El periódico ha recibido premios internacionales por su diseño por The Society of Publications Designers

que investigar más acerca del tema, para finalmente diseñar la información.

Después de dos semanas al término del curso el estudiante es retroalimentado por su desempeño. El Diario encauza al diseñador a los detalles de medio editorial y al mismo tiempo refretroalimenta por medio de la interacción con los estudiantes a los mismos diseñadores que trabajan ahí.

Por otra parte el periódico Reforma ha influido en otros periódicos indirectamente ya que el mismo personal que se formó en el diario ha recibido ofertas de otros periódicos para colaborar. Este hecho a propiciado que criterios de diseño como de organización de una empresa sean retomados y amplián los criterios que han distinguido a esta publicación.

1.3.8 Alejandro Magallanes

En cada generación el ámbito del diseño gráfico tiene la oportunidad de renoverse debido a la forma de producirse, hasta en la manera de apreciarse. Los nuevos diseñadores son el conducto para incorporar nuevas posturas que repercuten en la gráfica, resultado de la inquietud por encontrar una forma propia de hacer y manifestarse en la disciplina.

La corta trayectoria de Alejandro Magallanes ilustra cómo un diseñador joven puede ser integrado en el ámbito del diseño gráfico.

De entrada llama la atención su producción de más de 500 carteles en 12 años, este dato es más relevante si se tiene en cuenta, que estos proyectos fueron desarrollados de manera independiente y sobretodo fueron solicitados y financiados para su reproducción por un cliente.

La misma actividad del diseñador va estableciendo sus normas de trabajo, como lo es trabajar para la gente y en el caso particular del cartel, ser percibido en la calle.

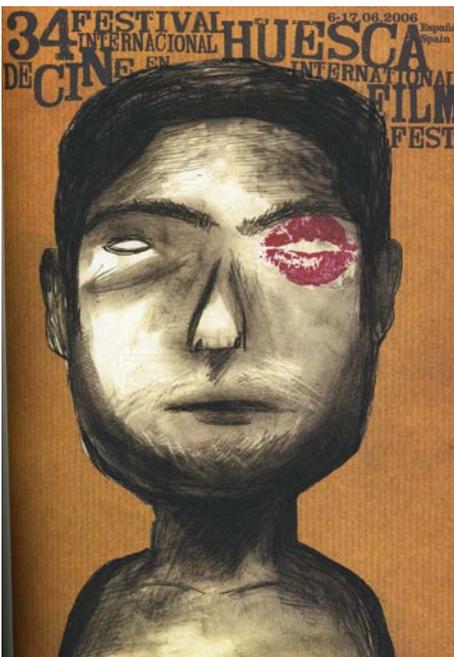


Figura 55 Cartel solicitado en España en la que el autor utilizó un autorretrato.

Alain Le Querrec en su conferencia en San Luis Potosí refuerza esa idea "Un cartel en el museo es un proyecto muerto, un cartel en la calle es un trabajo vivo" ²⁷

Una de las influencias en el trabajo de este autor mexicano es el maestro Henryk Tomaszewski quién fuera un destacado profesor del cartel polaco que junto a toda una generación de diseñadores "Pensó, enseñó y produjo a partir del claro distanciamiento del autor del mensaje, una nueva transcripción total así como una nueva elaboración encaminada a crear un momento de sorpresa en el destinatario."²⁸

Las imágenes de los carteles de Alejandro pretenden obtener representaciones desenfadadas que evitan ser una imitación convencional del objeto que desea representar. La intención es obtener un dibujo que sea expresivo con la capacidad de ser percibido en el contexto urbano.

²⁷ Le Querrec Alan, "Conferencia Cartel Polaco, Bienal del Cartel, San Luis Potosí, 2002

²⁸ Revista Adgráfica, *Diseño y comunicación*, No. 2, Octubre, 1990

Técnicamente la tipografía de Alejandro Magallanes tiende a ser realizada a mano, al respecto el mismo considera “Me gustan las letras con las que normalmente escribimos a mano, son dibujos y gestos personales que te comprometen con lo escrito.”²⁹

Respecto a la imagen, los bocetos adquieren un valor relevante en su trabajo, los considera dibujos honestos con la cualidad de ser contundentes visualmente debido a la espontaneidad del momento en que son realizados.

La aportación que hace este autor al ámbito del diseño nacional es demostrar que se puede diseñar por convicción, provocando el convencimiento de sus clientes más bien cómplices (como los llama Magallanes), para aceptar generar mensajes en donde no es necesario la depuración técnica en el tratamiento de la imagen como ha condicionado la comunicación masiva que crea falsos cánones de belleza por ejemplo.

Las propuestas nuevas repercuten en la disciplina, por un lado, a los clientes les enseña que el diseño es más versátil en su forma de representación, funcionalmente que no hay que subestimar al espectador; estos mensajes pretenden interactuar con él, la participación de la gente complementa la idea del mensaje con sus conocimientos del tema.

Todos tenemos esa capacidad para confiar, proponer y expresar nuestra habilidad para comunicar visual ante un cliente. Y si se produce más propuestas de diseño, más versátil, visual y conceptual será la comunicación impresa.



Figura 56 Portada de Libro editado en el extranjero y dedicado a su trabajo.

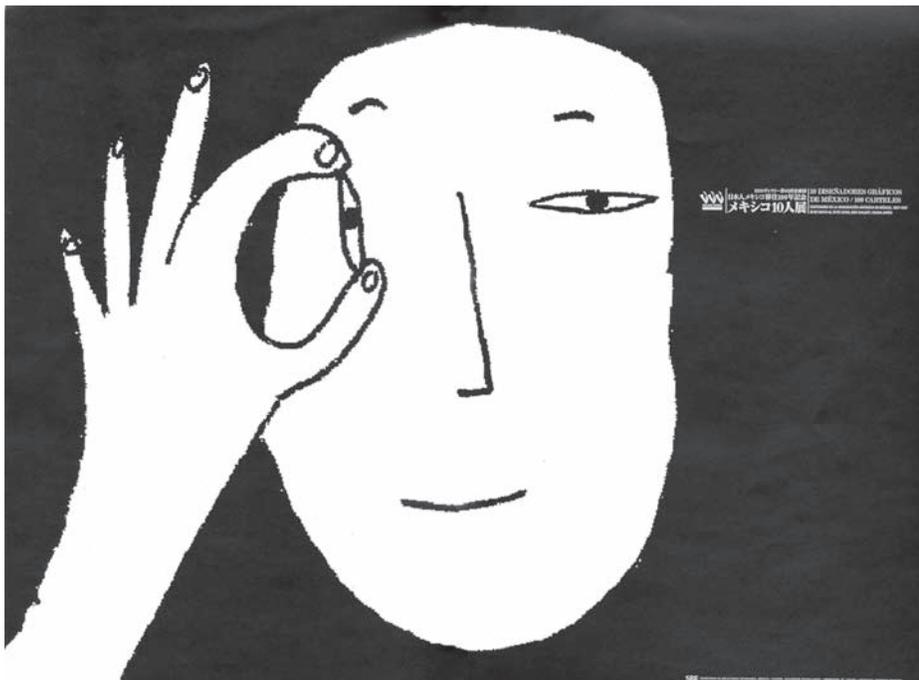


Figura 57 Cartel encuentro entre diseñadores mexicanos y japoneses.

²⁹ Magallanes, Alejandro, *Catálogo 70 x 47.5 = 29 carteles de pena ajena*, 2001, pag. 4

CAPITULO II

LOS PROYECTOS ALTERNATIVOS



2.1. Antecedentes

La forma para identificar las cualidades de los proyectos en los que el diseñador actúa como productor se basa en la explicación de tres factores; el primero es el análisis de la situación que produce un proyecto cuando es originado por el mismo diseñador; el segundo factor tiene que ver con la explicación del término autor y las razones para desarrollar estos proyectos, por último la implicación social que adquiere el diseñador por ser el productor del proyecto.

Análisis de situación

La situación constante que determina las características de estos proyectos se encuentra en el hecho de que son generados por la iniciativa del diseñador gráfico, modificando su posición en el proceso de elaboración de un mensaje visual, de ser el mediador entre el cliente y el receptor, a tomar el lugar como emisor del mensaje.

Esta posición implica para su autor fundamentar la realización del proyecto, delimitar sus objetivos relacionados con la comunicación gráfica, desde la definición del tema, ya sea publicitario, cultural o social y la selección de la información hasta su tratamiento. En determinados proyectos selecciona a los especialistas que son necesarios en el desarrollo del contenido de la información así como también planea los recursos materiales y el tiempo que se emplea para su reproducción.

En la elaboración de los proyectos personales, el autor tiene que hacer llegar directamente su mensaje al público, interviniendo en la forma de distribuirlo.

Con la responsabilidad que asume un diseñador de ser el emisor del mensaje, también consigue el derecho de controlar sus especificaciones, como las decisiones que intervienen en la elaboración del proyecto. Las repercusiones de este factor se ven reflejadas en proyectos culturales en los que un diseñador se permite abordar temas por estar identificado con el tema. Por ejemplo, el diseñador canadiense Vittorio Ferucci, en las Olimpiadas de 1976, esperaba en su país la convocatoria para realizar el cartel conmemorativo. Descubrió que era un proyecto designado. La reacción de Ferucci fue realizar su propia versión, lo reprodujo y colocó en la ciudad, el resultado fue que en algunas publicaciones, apareció su cartel como parte de la difusión de las Olimpiadas, con este caso se demuestra, por una parte el atractivo de estos proyectos como lo es realizar el proyecto deseado y la otra lectura, es la postura que asumen estos autores apoyada por acciones en contra de las condiciones o sistemas de trabajo que afectan el desempeño del diseñador gráfico.



Figura 58 Cartel diseñado y colocado por la iniciativa de Vittorio Ferucci para las Olimpiadas de Montreal 1976

En el campo social la realización de un proyecto personal, permite al diseñador manifestar su postura política ante los problemas que afectan a la comunidad. Por ejemplo Josep Renau con sus carteles y su técnica de fotomontaje, consideraba que la “*utilización de la imagen fotográfica; a causa de su realismo impresionante e inmediato, pretendía en base a un análisis de la realidad, obtener un conocimiento más elevado de esa realidad, para adoptar una posición activa ante el mundo, e influir en la realidad misma*”.³⁰

La comunicación gráfica no resuelve una situación injusta que afecta a una comunidad, pero sí cumple una función que hace visible el problema, lo cuestiona por medio de la crítica hasta encontrar nuevas propuestas que deben ser apoyadas con acciones políticas que repercutan en la solución del problema.

La labor social del diseñador gráfico tiene sentido cuando favorece la comunicación para manifestar un pensamiento, una preocupación, que permita relacionar a un individuo con otro. En el caso de la comunicación visual el diseñador debe ser “*como una especie de visionario, cuya misión es adelantarse a las necesidades sociales y cubrirlas*.”³¹ El diseño gráfico social tiene la cualidad de obtener un valor utilitario cuando proporciona un beneficio y facilita la vida en comunidad, tiene la capacidad de prevenirla de algún peligro, cuando esto sucede el diseñador gráfico asume compromisos para emprender una serie de acciones que amplían su desempeño, para conseguir que una propuesta de comunicación visual influya en la sociedad.

Para aclarar la idea anterior se puede hacer referencia al proyecto de la Campaña de Comunicación Vial en Canadá, descrito por Jorge Frascara en su libro *Diseño Gráfico para la Gente*, La campaña es el resultado de una iniciativa de un diseñador para prevenir el alto índice de accidentes automovilísticos, lo relevante de este caso fue el proceso y las acciones para obtener el apoyo de las autoridades para su realización, ya que cada propuesta se basaba en una investigación como justificar su costo de elaboración demostrando su rendimiento ante las pérdidas materiales de los autos accidentados, los gastos médicos y las muertes que resultaban más costosas que conocer las causas de este problema mediante la implantación de un estudio para conocer al conductor que provoca los accidentes, comprender su comportamiento y determinar cuáles eran las soluciones para prevenir este problema.

La campaña propuso como requisito para conseguir su efectividad, la necesidad de modificar la forma de penalizar a los conductores por el exceso de velocidad y regular la publicidad de los autos que se excedía en su tratamiento aspiracional como una forma de relacionar el estatus de la persona con el auto.

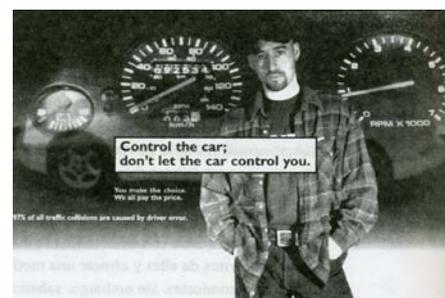
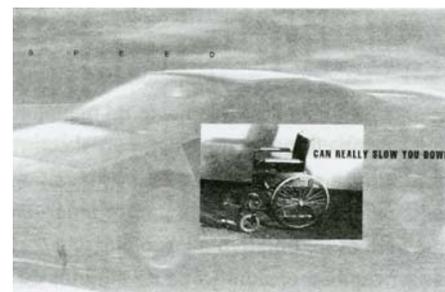


Figura 59 Parte de la investigación de Jorge Frascara para el estudio de la Campaña de Comunicación Vial en Canadá

³⁰ Renau Josep, *Función Social del Cartel*, España: F Torres, 1976, pag. 100

³¹ Pelta Raquel, *Diseñar Hoy*. Temas Actuales del diseño, España, pag. 59

La última parte de estas referencias iniciales de los proyectos personales del diseñador gráfico, es su cualidad de experimentar, una *“expresión personal, no es hacer algo inconsciente, sino implica elegir conscientemente asumiendo con coherencia las responsabilidades que se derivan.”*³²

Considerando al proceso de experimentación como un medio para incorporar nuevos materiales y técnicas para conseguir nuevas formas de representación, el resultado que obtiene el diseñador gráfico es el conocimiento y la habilidad para desarrollar nuevos proyectos interdisciplinarios, así como contemplar en su realización la forma para replantear su sistema de trabajo para buscar alternativas que permitan nuevas formas de expresión y de desarrollo profesional.

2.1.2 Autor

En la Revista EYE de agosto de 1996 en el artículo de Michael Rock titulado *“El diseñador como autor”*, explica las razones del uso de este término para referirse a los proyectos en los que el diseñador actúa como emisor de proyectos.

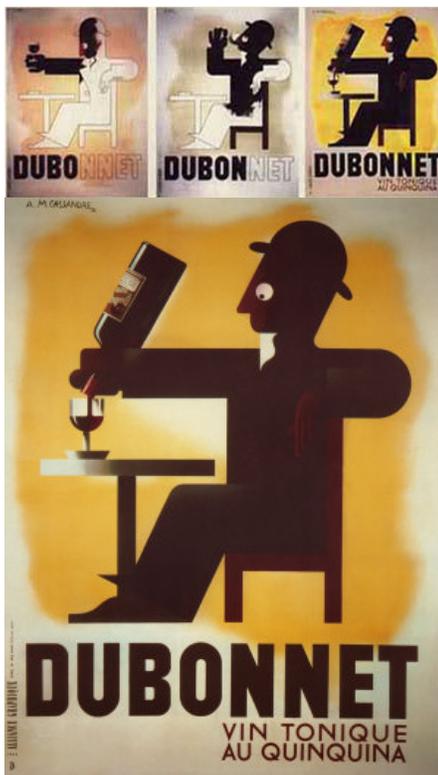


Figura 60 Cassandre refleja en su trabajo, la influencia del arte y la arquitectura. Diseñador que llegó a firmar un contrato de exclusividad para ediciones francesas de sus carteles

La utilización del término autor por parte de los diseñadores se ubica en los años 90, con el propósito de apoyar una reacción por resignificar la calidad del trabajo del diseñador gráfico cuando asume un papel de intérprete que incorpora expresiones personales e interpretativas a la información. La intención de esta postura era romper el parámetro de limitarse a resolver el requerimiento del cliente y llevar las propuestas gráficas a una valoración estética por parte de los mismo diseñadores.

La expresión cine de autor y la literatura representan la procedencia del término autor en el campo del diseño gráfico. En el primer caso se refiere a una política de autores para promulgar una estrategia que desarrolló la configuración a una crítica de cine para definir a ciertos directores como autores con el propósito de establecer a la película como una obra de arte. Esta teoría determinó que el proceso creativo de una película lo compartían el director, escritor y el fotógrafo, considerando que el mando del proyecto pertenece al director, por esta razón la figura del autor implica un mando totalitario que le daba un rango de genio a su autor.

La influencia literaria se basa en el análisis de los textos científicos que fueron requeridos por los creadores para demostrar la paternidad de una invención, en ese sentido se manifiesta una actitud activa de su autor con lo que produce. Esta actividad fundamenta un proceso, y no solo registra e ilustra un proyecto, sino también manifiesta la personalidad del autor en su disciplina.

³² Esteve de Quesada Albert, *Creación y proyecto*, Intitución Alfons el Magnanim, Valencia 2001, pag. 100

³³ Poynor Rick, *No más Normas. Diseño gráfico y posmoderno*, Gustavo Gili, México 2003, pag. 124

“El diseñador gráfico escribe documentos verbales/visuales cuando compone, dimensiona, enmarca y edita imágenes y textos.”³³

Con este planteamiento la responsabilidad cotidiana corresponde a la elaboración de un mensaje visual, que respete la relación entre la forma y su contenido. Por otra parte cuando el diseñador gráfico escribe, edita y publica textos relacionados con la disciplina, estructura las bases para la comprensión de los fundamentos, procesos y actividades que contribuyen al desarrollo y evolución de la misma.

El último punto relevante del artículo, presenta a Andrew Saris quien determina tres criterios para que un trabajo sea considerado de autor, planteando que debe “evidenciar habilidad técnica, consistencia estilística y significado interior que proviene del tratamiento estético.

En la última cualidad involucra el compromiso del autor con el tema y la información del mensaje para adoptar un postura que se ve reflejada en opinión, sin perder el objetivo principal de comunicar, sobre expresar.

La manera en que nos desempeñamos tanto en la vida cotidiana como en la profesional es el resultado de nuestra educación, la influencia de toda disciplina artística siempre ha aportado beneficios al diseño gráfico, basta con incluir a la literatura. Andre Bretón estableció una jerarquía entre las manifestaciones artísticas, designó a la literatura como la más importante por el valor de las palabras, y su capacidad de expresar las cualidades de toda actividad artística.

“Este nuevo enfoque sustituye la división del trabajo por la síntesis, los clientes y encargos por los socios y colaboradores, la ejecución por la negociación, la máxima producción por la máxima interacción y la forma aplicada al contenido por una forma y un contenido que evolucionan y se enriquecen mutuamente.”³⁴

Mediante la realización del proyecto de autor, el diseñador replanteó su desempeño, de ser un mediador del mensaje por una postura más activa e influir en el desarrollo del contenido, interviniendo desde la conformación inicial del proyecto y determinando las condiciones necesarias para su elaboración.

2.1.3 Productor (Implicación social)

La libertad del autor para definir las características del proyecto personal se equilibra con el análisis de las implicaciones sociales que esta actividad produce. El diseño con carácter social se distingue por identificar una necesidad que afecta un sector de la sociedad para asumir una postura activa ante el pro-



Figura 61 Cartel en contra de la censura y la libertad de expresión que forma parte de la colección de Luba Lukoba, titulada Justicia Social



Figura 62 Para montaje de la exposición de los carteles de Justicia Social, la autora adaptó la imagen de la estructura del paraguas que forma parte de su mensaje sobre la falta de asistencia médica social.

³⁴ Ibídem, p. 122

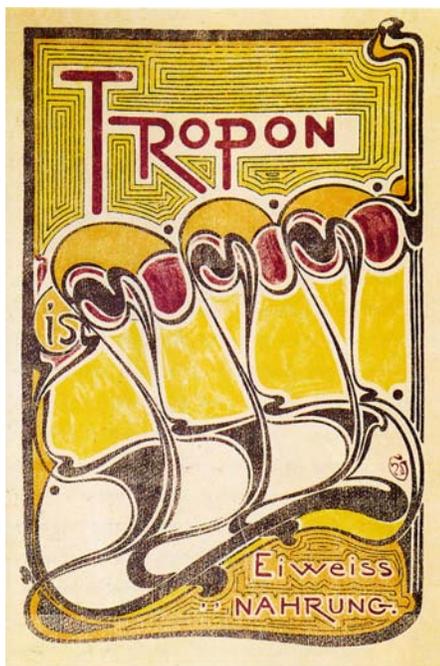


Figura 63 Cartel diseñador por Henry Van de Velde en 1898

blema. Para obtener su solución, el diseñador debe considerar que la comunicación visual está centrada en las acciones humanas y no en formas visuales.

Para identificar ejemplos del equilibrio entre lo visual y lo ideológico en el diseño social, basta con recurrir a los maestros que nos antecedieron para considerar sus aportaciones que hoy en día se siguen manifestando. Henry Van de Velde llegó a ser un innovador del Arte Nuevo, pero su interés se centraba en promover la filosofía del Movimiento de las Artes y Oficios más que en el estilo como finalidad por sí mismo. Van de Velde apoyaba el concepto de que todas las ramas del arte, desde la pintura al diseño gráfico, compartían un lenguaje común de forma e igualdad de importancia para la comunidad humana.

Defendía estandarizar el diseño. Esta postura no se contrapone con la autonomía individual del artista, se refiere más bien, al compromiso por unificar la calidad de los mensajes y sus contenidos para incluir a la sociedad a la que pertenecen.

Van de Velde llevó un imperativo moral a su exigencia de que el trabajo contemporáneo debe ser moderno y expresar las necesidades de la época. Los objetos hechos a máquina tenían que ser fieles a su proceso de fabricación, en lugar de tratar, falsamente, de aparentar estar hechos a mano. Es decir representar su época encontrando un lenguaje propio por medio de sus recursos e ideología y evitar la repetición de modelos anteriores.

Continuando con la revisión de la idea para unificar el diseño gráfico, es necesario mencionar a la Bauhaus escuela que demostró cómo el diseño puede adoptar a la industria, con su filosofía por establecer estrecha relación entre el arte y la vida por medio del diseño, el cual era visto como un vehículo para el cambio social y la revitalización de la cultura. La unidad entre los artistas y artesanos con la industria, eleva las cualidades funcionales y estéticas de la producción en masa.

La Bauhaus con sus principios de fusionar las artes aplicadas con la escuela de bellas artes, buscó una unidad entre el arte y la tecnología con el principio *“el perfeccionamiento de su oficio es esencial para cualquier artista. En esto reside la fuente principal de la imaginación creativa.”*³⁵

Otro de los factores que consolidaron los conceptos de la Bauhaus fueron sus maestros que se distinguieron por explorar y proponer formas vanguardistas de expresión en su disciplina, la educación que impartían tenía repercusión en la sociedad, es decir el proyecto escolar se trasladaba a la calle.

“La actividad misma de los maestros por medio de sus proyectos reforzó los conceptos de la Bauhaus, como Herbert Bayer expresó una vez más

³⁵ Meggs Philip B. Rick, *Historia del diseño gráfico*, Editorial Trillas, México 2002, pag. 361

³⁶ *Ibíd.*, p. 374.

que nosotros no tratamos de imponer una estética en las cosas que usamos, en la estructura que vivimos, sino que la utilidad y la forma deben ser vistas como una sola cosa. Que la dirección surge cuando uno considera demandas concretas, condiciones especiales, el carácter inherente de un problema determinado.”³⁶

Su trabajo marcó la transición de la experimentación artesanal para una concentración de prototipos para la industria del diseño.

Para concretar la recapitulación general de propuestas que intervinieron en el diseño con un sentido social, se encuentra El Lissitzky su trabajo se ubica con la propuesta constructivista que planteaba a los artistas dejar el arte por el arte para trasladar el trabajo de laboratorio a la aplicación práctica. Lissitzky desarrolló un estilo de pintura denominado PROUNS (abreviatura de proyectos), que consistía en marcar la manera de aplicar los conceptos de la forma y espacio de la pintura al diseño aplicado. Como consecuencia del tiempo en que vivió pensaba que la revolución Rusa (1917) marcaba un nuevo comienzo para la humanidad.

“El comunismo y la ingeniería social crearían un orden nuevo; la tecnología proveería las necesidades de la sociedad; y el artista/diseñador forjaría una unidad entre el arte y la tecnología al construir un mundo nuevo de objetos para proporcionar a la humanidad una sociedad y ambiente más ricos.”³⁷

Lissitzky estableció una pauta de excelencia para el diseñador: considerando que el diseño representa el vínculo que traslada la estética del museo a la vida cotidiana.

El recorrido anterior a través de tres momentos del diseño Van de Velve, la Bauhaus y Lissitzky enseña que una propuesta conceptual y visual realizada en un determinado tiempo es consecuencia de un movimiento que le antecede.

Los autores anteriores influyeron con su reflexiones y representaciones artísticas para intensificar la recepción del mensaje. La estética forma parte de la función del diseño cuando contribuye a intensificar la recepción del mensaje para promover valores.

Además demuestra que se debe integrar la actividad de diseñar con la sociedad por medio de la técnica, reflejar el tiempo, la estética e ideología en que se produce.

Wittgenstein propone “La imagen es un modelo de la realidad, Y la noción de conectar modelos, imágenes y proposiciones hace que los modelos adquieran la doble capacidad de representar y proponer.”³⁸



Figura 64 En el diseño de Lissitzky la cuña roja cortando un círculo blanco simboliza el apoyo a los bolcheviques, contra las fuerzas blancas.

³⁷ Ibídem, p. 344.

³⁸ Frascara Jorge, ob cit., nota 4 p. 74

El artista como productor adopta una posición con un sector de la sociedad esta acción determina su tendencia en la forma de trabajar abandonando su autonomía pues se asume como parte activa del grupo, su labor es enseñar la fuerza y los alcances que pueden conseguir en comunidad.

La importancia de la comunicación visual es ayudar a mejorar la vida. El diseño, para ser relevante, siempre debe comenzar con el reconocimiento de una necesidad, para lograrlo debe actuar como un identificador de problemas. Debe considerar que el mensaje visual está vinculado con una determinada relación social que también está conectada con una relación de producción.

En su libro *El autor como productor* Walter Benjamin plantea que se debe preguntar: “¿Cuál es la actitud que mantiene una obra con respecto a las relaciones sociales de producción de la época?, ¿Está de acuerdo con ella?, ¿Es reaccionaria? ¿Cuál es la actitud de una obra frente a las relaciones de producción de la época?, ¿Cuál es su posición dentro de ellas?”³⁹ Esta serie de preguntas, ayuda al autor a analizar de forma autocrítica su función con la sociedad. En el proceso de producción el autor encuentra su lugar en la lucha de clases sociales. A partir de la ubicación de una tendencia y técnica determinadas podrá evaluar la calidad de su trabajo.

La actitud activa y comprometida del autor con su labor provoca la interacción con otras disciplinas que permiten incorporar nuevos recursos y posibilidades a sus propuestas, este pensamiento representa un sistema de trabajo que impide el conformismo y estimula la experimentación que posibilita la creatividad para encontrar más de un camino para obtener soluciones. La responsabilidad del diseñador no termina con la definición del problema de comunicación; como parte del proceso, debe dirigir el mensaje visual que construye hacia objetivos operativos de acción.

El problema del diseño social, se encuentra en la identificación de las necesidades y en la definición de modelos que integren esfuerzos del público, la industria y del gobierno.

*“Para el pensamiento no hay mejor punto de partida que la risa. Por lo menos en lo que respecta a las ideas”*⁴⁰

Con el análisis de las preguntas de Walter Benjamín se muestra el planteamiento de análisis de esta tesis, que se refiere a analizar las actividades que emprende el diseñador para mantenerse vigente, con la realización de proyectos relacionados con la sociedad su autor genera una actividad constante que influye en la satisfacción y consolidación de su labor que se ve reflejada en la solicitud de sus servicios para producir un mensaje visual.

2.2 Clasificación de los proyectos

La organización en categorías de los proyectos personales producidos por el diseñador facilita su estudio para identificar las áreas del diseño en que se manifiesta o favorece esta práctica, además sirve para conocer a los autores y analizar las motivaciones que los llevan a realizar un proyecto alternativo a su actividad profesional.

Con la descripción de las áreas en que se subdividen estos proyectos se constata que son iguales en cuanto a la calidad, desempeño y compromiso que alcanza un diseñador gráfico en los trabajos por encargo. Si existieran diferencias entonces se hablaría de la inconsistencia del realizador respecto a las funciones que debe llevar a cabo.

El interés del apartado se centra en descubrir la manera en que el autor adapta sus conocimientos y amplía sus habilidades para cumplir sus objetivos. La selección de proyectos sirve para explicar las funciones del diseñador que determinan las implicaciones en la elaboración de un proyecto personal.

La clasificación de los proyectos queda de la siguiente manera: autopromoción, culturales, sociales, del editor y de expresión plástica. Las especialidades coinciden con las funciones generales que desempeña el diseñador en el ámbito profesional, cultural, social y la publicitaria que cambia por la autopromoción, término utilizado por John O'Reilly en el Catálogo *Sin Briefing: proyectos personales de diseñadores gráficos* que en conjunto sirven para detallar más la actividad del diseñador como productor.

Por su parte, los proyectos de expresión plástica son incluidos en la búsqueda de registrar la actividad e inquietudes en donde el diseñador convive y se retroalimenta a partir de otras disciplinas. Incluye también la incorporación de autores que tienen formación artística y se desenvuelven en el diseño gráfico.

Por su parte los proyectos de editor, implican para el diseñador ser el responsable del contenido de la publicación y coordinar el trabajo de sus colaboradores para desarrollar un tema. Entre las motivaciones se encuentran, la de escribir sobre la misma disciplina, actividad que contribuye a la documentación y difusión de la misma.

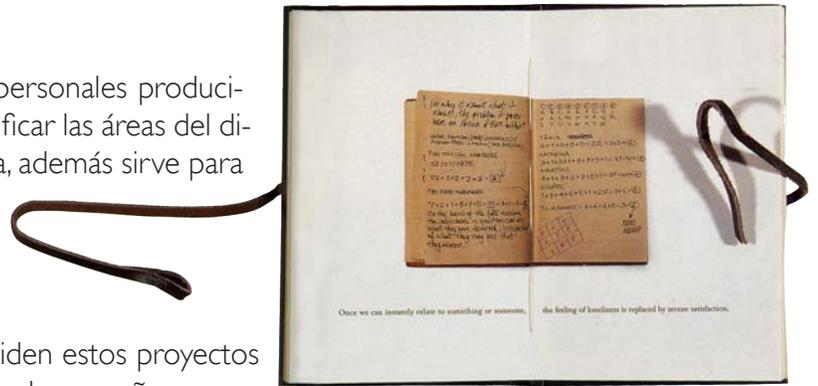


Figura 65 En *Book of Thoughts* de Graça Abreu *Design* (Londres) se hace evidente la autoexpresión. En esta pieza de 160 mm. x 109 mm. en la portada de lee 1,041.600 mm² para recuerdos, con la mayoría de páginas en blanco, en el interior hay una guía de protocolo para sugerir ordenar los acontecimientos y aprender de ellos.

2.2.1 Proyectos de Autopromoción

En el proceso de elaboración de un proyecto personal el diseñador continúa desempeñando la actividad creativa y técnica para adaptar sus funciones en dos aspectos: la técnica, cuando incorpora conocimientos de otras disciplinas que revitalizan su propuesta visual y la ideológica, por asumir una postura activa para que la propuesta se realice y repercuta en la sociedad.

En los proyectos de autopromoción la función del diseñador se modifica en el proceso de elaboración, específicamente en la planeación, que contempla definir los contenidos, objetivos, recursos y demás requerimientos que se presentan para su realización.

La libertad que tiene el diseñador es que ahora él establece los parámetros del proyecto, Esta oportunidad también es utilizada por algunos autores para promocionar su trabajo.

La práctica de establecer los parámetros de los proyectos personales sobre todo los de autopromoción del diseño requiere por un lado tomar en cuenta las características constantes que han tenido repercusión en la trayectoria profesional del diseñador o despacho de diseño, para resaltar con la elaboración de un nuevo proyecto personal la confirmación de un estilo dentro de la disciplina.

Por otra parte, un aspecto que contrasta con el anterior implica que el diseñador se desprenda de la rutina profesional y elabore un proyecto que nunca le va ser solicitado, o bien por una satisfacción personal.

Parte de la dificultad del diseñador en estos proyectos, es que difícilmente cubre las expectativas de quién los realiza. De hecho esta actitud es sana, porque significa que el diseñador está activo y siente la necesidad de estar depurando su trabajo, actitud que representa la actualización de su actividad.

La realización de los proyectos de autopromoción no se limita a fines comerciales más bien su valor radica en la práctica de conseguir estar consciente de la forma de diseñar. Para las empresas que utilizan la autopromoción como forma de descanso creativo, *“el éxito no depende de si la gente se fija o le gusta. La autopromoción es un ejercicio de autocomprensión”*.⁴¹ Estar consciente de las características que hacen identificable a un diseñador como su servicio, estilo y creatividad, puede servir de apoyo para definir el perfil del diseñador que uno desea ser; y el trabajo que desea desarrollar.

Los autores de proyectos de autopromoción recomiendan evitar contenidos personales o solemnes para no ser calificados como presuntuosos por incorporar detalles que sólo resultan interesantes y comprensibles para el mismo diseñador:

2.2.1.1 Modern Dog Generación de proyectos gráficos

En la realización de los proyectos personales de este estudio de diseño reafirman la frescura de su estilo que se basa en el dibujo y el collage. Al mismo tiempo que establecen el perfil del trabajo y el tipo de cliente que concuerda con su manera de ser.

Antecedentes

Modern Dog ha tenido el acierto de incorporar la parte lúdica de su trabajo a la actividad profesional, por esta razón los proyectos personales son divertimentos, siempre tienen un toque de frescura. Por ejemplo, un proyecto en favor de los nacos que consistía en la creación de un jabon negro para oler a llanta quemada, el libro de colas de gatos levantadas, entre otros. Los mismos temas que abordan reflejan su sentido del humor; para Robine Raune, integrante del grupo *"el humor funciona para que la gente baje sus defensas y que estén más abiertos al mensaje que contiene el trabajo, además con el humor, el trabajo es mucho más divertido para el diseñador, el cliente y el espectador"*.⁴²

El trabajo de autopromoción está incorporado a su sistema de trabajo, por medio de la disciplina de mantenerse produciendo, esta actividad ha repercutido en la identificación del diseño de carteles y publicaciones específicos como estudio de diseño.

Los proyectos de autopromoción resultan una manera diferente de presentar etapas de diseño, en el caso de Moder Dog se encuentra como artículo promocional, la elaboración de un juego de cartas que lleva en la parte posterior una serie de carteles que se distingue por su realización manual y su carácter urbano.

La distribución de este proyecto está en su página de internet, están incluidos como parte de su promoción, integrados con los solicitados para un cliente. Los proyectos producidos por su iniciativa conforman una línea de productos con la producción propia del estudio.



Figura 66 Moder Dog, mediante el juego de cartas con sus carteles en años anteriores, muestra su reutilización para generar un proyecto nuevo.

Figura 67 El conjunto de cartas ree refleja la técnica su versatilidad y postura de este despacho de diseño

⁴² Revista Ene O, ensayo de diseño, No. 3, Agosto 2004 pag. 18

2.2.2 Proyectos Culturales

Para el diseñador Piere Beirut, la decisión que lleva al individuo a elegir esta profesión, coincide con el hecho de descubrir a la hora de crear por medio del dibujo, la tipografía, la combinación de las palabras e imágenes o visualizando una idea; para experimentar lo que él llamó la emoción de la creación. Argumenta *"Esta motivación procede de la conexión muy directa y pasional entre el diseñador y su trabajo"*.⁴³

En la decisión del área de la disciplina, el diseñador de proyectos culturales toma en cuenta su identificación con las manifestaciones culturales que representan los valores ideológicos y estéticos que lo formaron como individuo. La pasión por un tema o actividad es el incentivo para definir la actividad que desea realizar.

Las convicciones profesionales del diseñador en el medio cultural se fortalecen en el proceso de elaboración que se distingue en el mejor de los casos por la libertad para proponer ideas, y en la toma de decisiones que que influyen directamente en el trabajo final.

La cultura tiene que ver con todo lo que produce el ser humano, incluyendo lo intangible como son, en el inicio, las ideas que representan los pensamientos, hasta lo visible de los objetos reales que conforman su entorno. El diseño gráfico *"es la actividad que da categoría de existencia al mundo de los objetos tal como los conocemos; es la actividad fundante del orden actual de las cosas"*.⁴⁴

La diversidad de temas y actividades culturales introduce al diseñador en la dinámica de relacionarse con otras disciplinas, generando una persona con múltiples talentos, como lo considera Rebeca Méndez *"Si estoy interesada en el conocimiento y en las habilidades especializadas técnicas y lo profesionales que adquiero me sirven para alcanzar un mayor conocimiento pero éstas, no son un fin en sí mismo."*⁴⁵ El propósito es no limitarse a conocer del tema, sino desarrollar la capacidad de pasar, de asumir un rol intérprete al de componer la información.

Independientemente que en los proyectos producidos por el diseñador se realizan las mismas funciones que en los encargados por un cliente. Es necesario analizar la manera de matizar la actividad del comunicador gráfico. En el caso particular de este apartado se abordará el aspecto multidisciplinario que es recurrente en la realización de los proyectos culturales.

Una de las cualidades de producir proyectos gráficos es la oportunidad que tiene el diseñador de involucrar y satisfacer motivos propios como individuo, inquietudes que tienen que ver con la realización personal de integrar

⁴³ Beirut Piere, *Ensayos Sobre Diseño, Diseñadores influyentes del AGI*, E. Infinito, Buenos Aires Argentina 1997, pag. 116

⁴⁴ Ledesma, Maria, Ob. cit., nota 2, pag. 32

⁴⁵ Entrevista a Iván W. Jiménez, Julio 2007

y adquirir conocimientos de otras áreas, ya sea para vincularlas al diseño e incluso para salirse de él.

Estas experiencias comienzan de manera lúdica, con la capacidad de convertirse en un proceso consciente de experimentación, que amplía, diversifica y refresca la práctica cotidiana del diseñador.

Son proyectos que utilizan los soportes convencionales del diseño gráfico que tienen que ver con la cultura, pero con la particularidad de ser originados por el diseñador.

2.2.2.1 Proyecto Carteles de Jazz de Niklaus Troxler

Este proyecto se distingue por la amplia producción de carteles para la difusión del Festival de Jazz de Willisau. La vinculación de este diseñador con el tema personal se encuentra en la creación del propio festival incluyendo su organización.

Antecedentes

Los motivos personales de Troxler se encuentran en su niñez, por el gusto por la música. Él tomó la decisión de no ejercerla profesionalmente debido al respeto de las habilidades técnicas que un músico debe poseer.

Esta afición por la música de Jazz, continuó manifestándose con la asistencia constante al Festival de Jazz de Zurich, en donde entabla relación con los músicos que se presentaban. En 1966 organiza su primer concierto de Jazz de vanguardia en donde consiguió reputación por la cobertura que obtuvo en periódicos y la radio. En los 70's, debido a que se dejó de celebrar el Festival de Zurich y tras haber tenido la experiencia de organizar 12 conciertos al año, decide presentar el festival de Jazz internacional de Willisau.

Este festival fue apoyado tanto por el comercio local como por sus políticos, porque percibieron el incremento de visitantes extranjeros a la ciudad, así como la aceptación de la misma comunidad hacia la actividad cultural que brinda el festival, hecho que repercutió en que Niklaus Troxler fuera considerado ciudadano distinguido en 1995. Gracias al Festival de Jazz Willisau esta ciudad es reconocida a nivel internacional en el ambiente musical.

El festival de Jazz de Willisau se viene realizando desde 1975 hasta la fecha, Troxler ha tenido que asumir más funciones que diseñar carteles, como conseguir el apoyo de la municipalidad de la ciudad, patrocinios, visitar en su lugar de origen a ciertos músicos del festival, el marketing, los auditorios, atender la correspondencia, diseñar los carteles, correr riesgos financieros, mantener el taller propio y, lo más importante de todo, sostener a su familia.



Figura 68 Diseño de Niklaus Troxler, impreso en serigrafía, 1983



Figura 69 Para Troxler representar a la música mediante sus carteles han trascendido en llevar su trabajo a diferentes aplicaciones como esta caja de galletas, la botella para perfume, y el reloj swatch

En la parte gráfica a Troxler le gusta pensar que no es el típico diseñador de su país, aunque está orgulloso de su origen, la Escuela Suiza. Su tradición tipográfica tiene como prioridad lograr la funcionalidad del mensaje, evitando elementos decorativos para transmitir la información más clara y directar al receptor.

Multidisciplinario

Este autor considera que un diseñador necesita tener conocimiento de otras formas de arte. En su caso particular la música, especialmente el jazz, cumple esta necesidad, aprecia su ritmo, el sonido, suspenso, expresión personal, abstracción e improvisación. La misma relación que ha establecido con los músicos adquiere valor por haber enriquecido su vida.

En su trabajo es evidente el interés por la interacción entre la tipografía y el jazz en ambas disciplinas se encuentran afinidades como lo son la estructura que requieren para desarrollar sus composiciones, los contrastes para evitar caer en propuestas con monotonía y el colorido para representar un ambiente *“Mi exigencia de hacer «audible» la tipografía es mi mayor desafío.”*⁴⁵

La interacción del diseño y el jazz dan como resultado composiciones con la intención de generar tensión entre la espontaneidad y el orden, en muchos de sus carteles se aprecian de forma indirecta. Primero generan una expectativa, quien los aprecia asocia la imagen al tema, comúnmente formas abstractas obtenidas por el dibujo espontáneo, o por la repetición de elementos. Después de captar la atención los carteles cumplen su función cuando provocan en el espectador la necesidad de acercarse a observar los detalles y los textos que complementan la información del mensaje.

La riqueza de los carteles de Troxler no se debe únicamente al desarrollo de la gráfica, también es de considerarse la postura que asume cuando diseña y su proceso de trabajo; tiene la particularidad de no consultar al músico implicado con el cartel, debido al compromiso por obtener un enfoque propio e inédito, ya que este autor considera que el mayor reto a que se enfrenta es pensar en todo lo que has hecho para procurar superarlo con algo que sea nuevo.

*“El mensaje tiene prioridad sobre la forma, la creatividad sobre la estética, la expresión sobre el diseño perfecto”. Si triunfa es porque la belleza debe seguir, bien sea por casualidad o como resultado lógico, a partir de una idea básica fundamentalmente buena. Si esto parece nuevo y a la vez tan sencillo, uno se pregunta por qué algo tan elemental no se ha hecho antes. Nos recuerda la invención de la rueda y la sorpresa de que funcionara.”*⁴⁶

Finalmente este proyecto, ha influido a Troxler a plantearse al momento de diseñar, concretar como si fuera el compositor en lugar de ser el intérprete.

⁴⁵ He Jianping, *The Master of Design: Niklaus Troxler*, Publicaciones Maomao, Barcelona España 2006, pag. 7

⁴⁶ Ibídem, p. 18

2.2.3 Proyectos socio - políticos

El público generalmente, asocia al diseño gráfico con la publicidad, cuya función principal se vincula con la promoción de servicios y productos que deben convencer a la sociedad de su consumo.

De forma paralela la actividad política del diseñador también ha existido desde sus inicios. Ambas funciones han contribuido al desarrollo de la disciplina, la comercial con el reconocimiento del quehacer del diseñador por su presencia masiva que está en contacto directo con el público, y la social, que se distingue por tener una función más utilitaria que muestra la necesidad de comunicar un pensamiento.

Aunque cada propuesta pretende ser convincente para quienes la perciben, son muchas sus diferencias. Entre ellas se distingue en la parte política la postura crítica. Esta práctica, para ser válida, necesita fundamentar su cuestionamiento y emprender una actitud participativa que se refiere a promover una solución que debe ser implementada por el mismo autor, es decir, debe conseguir influir en el problema que motivó su participación.

Tomando como referencia educativa a la Bauhaus, sus enseñanzas no estaban encaminadas al propósito de inculcar un estilo que se definiera por sus características visuales, más bien, la forma de hacer las cosas era resultado de *“establecer una estrecha relación entre el arte y la vida por medio del diseño, el cuál era visto como un vehículo para el cambio social y la revitalización cultural.”*⁴⁷ En la búsqueda por encontrar una propuesta de diseño acorde al tiempo en que se produce, hay de manera implícita una postura política, ya que para conseguir ese fin, sus autores tienden a rechazar lo establecido.

Este principio es retomado de movimientos artísticos que generaban dentro de las vanguardias, que le daban a esta acción artística el significado de ser un acto liberador en contra de lo establecido, que era considerado un sistema de control por un grupo dominante.

En el campo del diseño la actividad política se ha manifestado en individuos que conforman una sociedad con la actitud crítica de la disciplina respecto al propio desempeño del diseñador en su comunidad.

La función que asume el diseñador tiene que ver con una actitud activista para avivar la consciencia de los individuos y reaccionar ante situaciones que perjudican su existencia. El compromiso social lleva al diseñador a emprender acciones que van más allá de plantear la idea y proyectarla, en algunos casos este tipo de trabajos han conseguido motivar la implementación de leyes para el cumplimiento de sus objetivos.

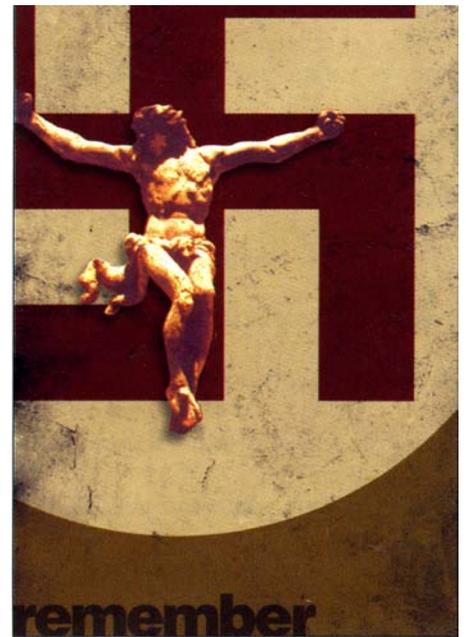


Figura 70 Cartel que forma parte de la serie *Recuerda* iniciada en 1994 para la Conferencia *Un mundo justo* en Malasia. El mensaje se refiere a no olvidar la matanza de judíos en la Alemania nazi

⁴⁷ Meggs Philip B. Rick, Ob. cit., nota 35, p. 374

2.2.3.1 Chaz Maviyane

Proyecto Serie de Carteles Derechos Humanos

El planteamiento de Maviyane parte de estar consciente que un cartel no cambia la realidad de los individuos. Paradójicamente esta reflexión define su postura: por el hecho de hacerlo y procurar que sí contribuyan a mejorar la realidad de un individuo, es valioso realizarlos.

Antecedentes

El origen de este proyecto se basa en la desaprobación de este autor, de la manera en que se asocia a los africanos con la violencia como si fuera la característica que identifica a este continente. Penosamente la misma página de internet de los derechos humanos expone que no hay un país en todo el mundo que no viole alguno de los 33 artículos que conforman su declaración.

Otra observación que motivó a este diseñador de Zimbabwe, es reaccionar ante el hecho de la actitud de los mismos ciudadanos que adoptan otras ideologías y expresiones haciendo a un lado las propias que son las que realmente determinaron su identidad.

*“Básicamente creo que en nuestra búsqueda del ‘progreso’, hemos relegado una gran cantidad de nuestra cultura en vez de usarla de nuestro subconsciente, en lugar de usarla para definir nuestro papel en el mundo en el que queremos vivir. Ésta es la verdad de los países más desarrollados.”*⁴⁸

La intención llevó al diseñador a realizar una serie de 12 carteles que se basan en los derechos humanos, con la visión de integrar con orgullo la gente de su país.

En la realización de los carteles sociales, este diseñador ha asumido una postura activista para conseguir que sus mensajes lleguen a foros para denunciar la injusticia social del gobierno de su país, por ejemplo a las Naciones Unidas. Al mismo tiempo encuentra la manera de transmitir sus mensajes a sus compatriotas con la difusión de los carteles ya sea de manera impresa, o por medios digitales en la WEB, en donde elabora mensajes para buscar concientizar a la comunidad para participar con su voto en las elecciones, como reaccionar con carteles digitales ante un mensaje del presidente que convoca a los ciudadanos a formar parte de su ejercito.

El diccionario define el concepto de activismo como *“la acción o la actividad sostenida con intención de efectuar un cambio de índole social o política, usualmente dirigida a favor de una postura particular dentro de una disputa o controversia”*.⁴⁹

Como parte de la solución de los problemas anteriores, el diseñador se propuso luchar por los derechos humanos de África con tres razonamientos:

- a) Sin los derechos no puede ser sustentado un desarrollo real
- b) Vincular su implementación con la educación, en el sentido social y estético para retomar representaciones que los representen.
- c) Abordar el predicamento de forma creativa para no ver los derechos en términos de abuso enfatizando la diversidad del país.

Las composiciones de los carteles se distinguen por el uso de las fotografías en forma de collage para representar un concepto que sintetiza el contenido del artículo que aborda. En el contenido del cartel prevalece el concepto que está basado en la investigación y la experiencia del diseñador.

Entre las repercusiones que consiguió este proyecto, es haber sido observado vía internet y haber sido solicitado su permiso para su reproducción.

Retomando la idea inicial de la explicación de este proyecto, se comprende que su valor se centra en los caminos que se abren durante el proceso para llegar a implementar el objetivo del trabajo. En este caso la utilidad de los carteles se encuentra en conscientizar a sus habitantes, hacer llegar estos mensajes a organizaciones como la ONU, para solicitar que emprenda medidas para resolver los problemas de esta comunidad.

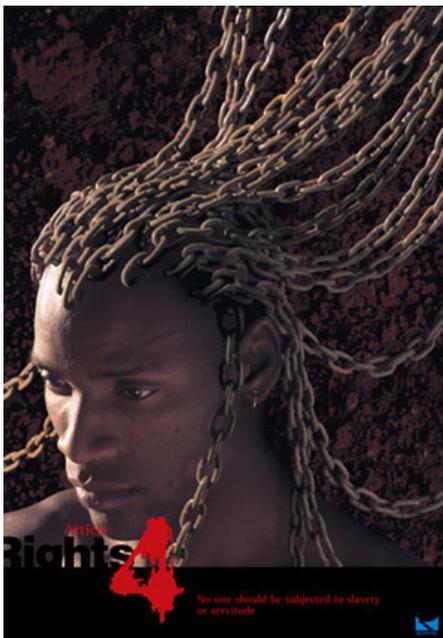


Figura 71 Art. 4 Nadie estará sometido a la esclavitud ni a servidumbre; la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas

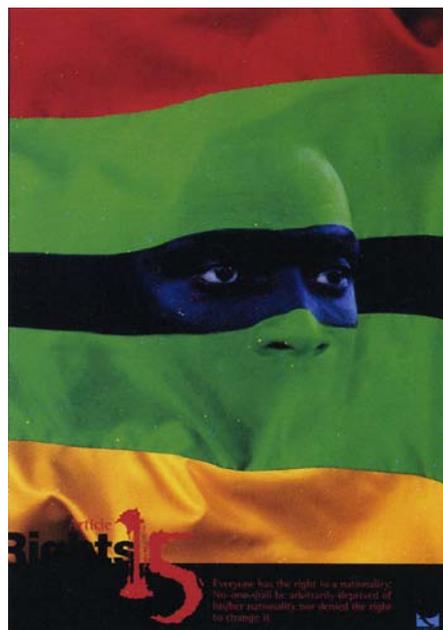


Figura 72 Art. 15 Toda persona tiene derecho a una nacionalidad y la libertad de cambiarla

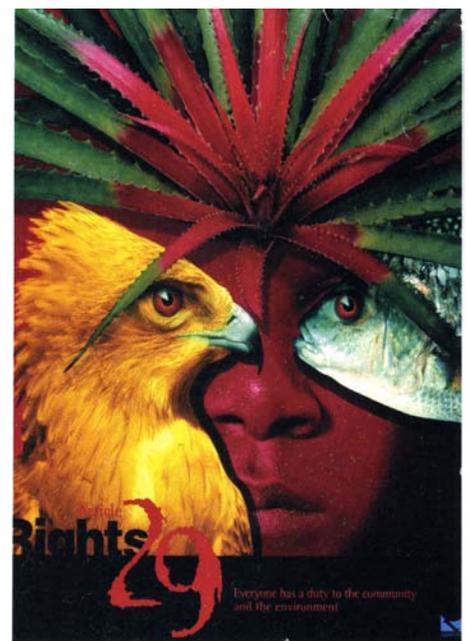


Figura 73 Art. 29 El deber de la comunidad y el medio ambiente

2.2.4 Proyectos del Editor

Contrario a los proyectos plásticos, en donde el diseñador tiene la oportunidad de desprenderse de sus funciones, el diseñador - editor se distingue por incluir, como parte de sus responsabilidades generar los contenidos y determinar el estilo coherente entre la manera que se aborda el tema con la apariencia para resaltar las cualidades visuales y textuales del contenido.

Para cumplir adecuadamente sus propósitos, debe supervisar el trabajo de los especialistas que intervengan en el proyecto como son; ilustradores, correctores de estilo, etc.

La razones que llevan al diseñador a realizar un libro como parte de sus proyectos personales tiene que ver con la selección como medio de comunicación que se adecua mejor para abordar un tema, y por la afinidad del diseñador con el libro como objeto estético e informativo, o por proponerse escribir un libro que en muchas ocasiones tiene que ver con la disciplina.

Del mismo modo que en las conferencias, un especialista explica su trabajo produce la valoración entre la comunidad de la misma disciplina. Este hecho al momento de documentarlo de forma escrita le da un sentido intelectual al diseño gráfico ya que difunde los alcances de la comunicación gráfica para guiar y estimular a nuevas generaciones en favor de desarrollar la actividad del diseñador gráfico en el plano profesional.



Figura 74 En *Pentagram Papers I*
ABC: Diccionario de los tópicos (clichés) gráficos
Presenta los términos y su significado simbólico
que le otorgan los diseñadores en la comunicación

2.2.4.1 Proyecto Los documentos Pentagram

Este proyecto consiste en una colección de 36 artículos que son realizados con toda libertad por los integrantes de esta prestigiosa oficina de diseño, los cuáles son enviados a sus clientes y amigos como medio de comunicación para compartir temas que a su autor le parecen entretenidos, provocativos o controvertidos y que en su conjunto proporcionan la visión de la cultura de Pentagram.

Antecedentes

Pentagram es una asociación que se fundó en 1972 con cinco diseñadores de diversas disciplinas; arquitectura, diseño industrial y diseño gráfico “Es más un consorcio de mentes que se han unido por la oportunidad de explorar ideas fuera de los límites de sus especialidades. Multidisciplinario, multinacional, y multifacético”,⁵⁰ actualmente esta empresa de diseño cuenta con 19 socios cada integrante es seleccionado porque contribuye con sus habilidades, y diferentes puntos de vista, pero que coinciden en diseñar estableciendo un estándar de calidad a partir de una filosofía que beneficie a todos los involucrados en un proyecto de diseño: el cliente, el usuario y el diseñador.

La visión de Pentagram como empresa de diseño los ha llevado a implementar proyectos alternos que han reforzado su identidad ante sus clientes *“Mientras el arte posee un canon de grandes obras y un vocabulario crítico para evaluar, o juzgarlas, Pentagram está inventando a través de sus publicaciones una tradición y una historia de belleza en el diseño gráfico. una tradición que no se limita a las grandes figuras del diseño.”*⁵¹

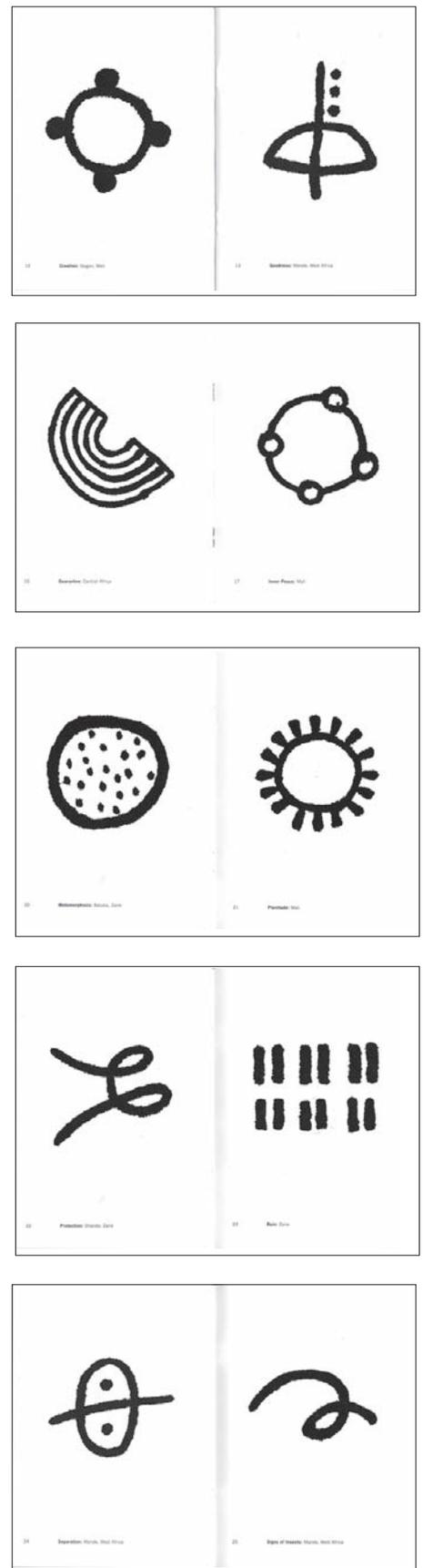
La idea original era publicar una serie de folletos sobre temas de interés que se habían ignorado, proyectos que no habían encontrado un editor. Los mismo clientes eran fuente de inspiración, en sus conversaciones mostraban obsesiones comunes o extrañas. Otro motivo de realización parte del hecho que los mismos socios de Pentagram adquirían un objeto que les parecía particular o interesante para abordar como tema.

Por ejemplo Armin Vit durante una visita a México, decidió realizar la publicación dedicada a las monografías mexicanas que término siendo el número 34. El contenido textual de la publicación en particular, describe los temas que abordan las monografías, la utilidad que tienen en la educación de un niño. El tipo de ilustración lo percibe como un motivo folclórico debido a su aplicación colorida y popular, otros temas son los círculos de las cosechas, recopila la síntesis de los dibujos abstractos que aparecieron misteriosamente en los campos de cultivo del sur de Inglaterra.

Multidisciplinario

Las colaboraciones que intervienen en la publicación de cada folleto, dependen de la decisión y propuesta del socio que las realiza, por lo general predominan dos colaboradores: su autor y un invitado encargado de escribir los textos. Entre los especialistas que intervienen se encuentran ilustradores, fotógrafos y traductores.

Los libros tiene un formato de 21 X 17 cms. con 32 páginas más los forros; son reconocibles por la portada negra con un marco blanco, con la imagen del tema que tratan. En el caso de los interiores no hay una directriz que llevar.



PENTAGRAM

Figura 75 Portada e interiores de Pentagram Papers 36 dedicado a las Marcas de Africa



⁵¹ O' Reilly John, Ob. cit., nota 41, p. 111

2.2.5 Proyectos Expresión Plástica

La reflexión antes mencionada de Vicente Rojo que se refiere a la diferencia de su proceder entre diseñar y pintar radica en considerar la comprensión del espectador en el terreno de la comunicación gráfica y la parte introspectiva y emotiva del autor en el arte.

La incursión del diseñador en cualquier manifestación artística obedece, en ciertos casos, a cubrir aspiraciones que se vieron truncadas por circunstancias que llevaron al individuo a cambiar sus estudios hacia otra área. Entonces el tiempo les marca el momento para cumplir sus inquietudes.

Estos diseñadores realizan pinturas, esculturas, instalaciones que los sitúan en otros contextos, como exposiciones. Esta tendencia también se debe a la apertura del medio del arte que incluye propuestas frescas, diferentes a las establecidas; tal es el caso del auge del graffiti, que hoy en día es considerado arte urbano y se ubica en las calles y galerías.

Otro interés que encuentra el diseñador, es dejar momentaneamente sus funciones de comunicador gráfico para incorporarse a otra dinámica de trabajo y adquirir conocimientos que lo hacen pensar con otros puntos de vista, al mismo tiempo incursiona en nuevas técnicas que traen consigo el manejo de materiales antes desconocidos.

La categoría artística del diseñador representa el más grande distanciamiento en la elaboración de mensajes gráficos, debido al abandono de su obligación de comunicar. Este razonamiento explica su apariencia que es más expresiva que de comunicación.

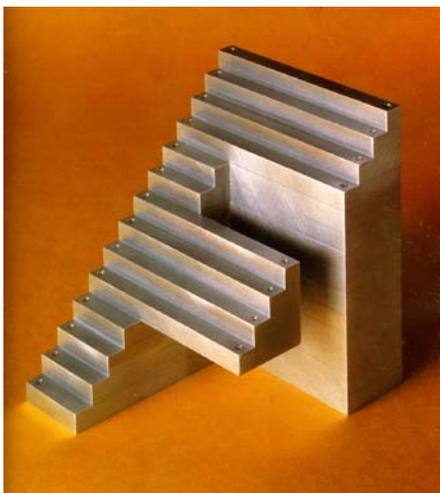


Figura 76 Escultura en Aluminio y latón para
Kajima corporatio 1989

2.2.5.1 Proyecto Takenobu Igarashi

La importancia de presentar a este artista y diseñador japonés tiene que ver con la cualidad de su trabajo, que vincula ambas disciplinas a través de un referente común: la geometría.

Antecedentes

Formado en Japón y después en Estados Unidos, aprende las bellas artes y más tarde incursiona en el diseño gráfico, mostrando una predilección por el dibujo de la letra, la cual proyecta en tercera dimensión.

El autor comenta que su gusto por proyectar las imágenes proviene de la observación de los objetos desde arriba lo cual fue determinante en su predilección por el volumen en su trabajo.

“Para Igarashi la forma no está subordinada a la función, ambos factores coexisten por igual y la función debe realizar la parte del socio exigente que todo el tiempo hace preguntas y definen los problemas que surgen en el curso del diseño”⁵²

Para Igarashi hay tres aspectos que determinan el diseño; la pasión, el desafío y el descubrimiento, los cuales se ven reflejados en los calendarios de los años 80’s que realizó para el Museo de Arte Moderno (MoMA) en Nueva York. En donde se observa que todos son resueltos con el principio de uso de la tipografía con volumen y perspectiva. sin que ninguno se repita



Figura 77 Escultura en aluminio

Multidisciplinario

La combinación de la dos disciplinas se produjo por su inquietud de experimentar; motivo que lo llevó a incorporar al diseño industrial para realizar esculturas de letras monumentales.

La necesidad de las empresas por desarrollar su identidad corporativa, motivó a Igarashi a implementar este sistema de letras monumentales al terreno del diseño gráfico.

La calidad de su trabajo le permitió desenvolverse en ambas disciplinas conservando el gusto por la tipografía, que en el plano artístico se manifestó con la creación de escultura de la letra T en California en 1997, que se distingue por estar a la mitad y con el apoyo del espejo en donde está incrustada permite por medio del reflejo, percibir de manera completa la imagen de la letra.

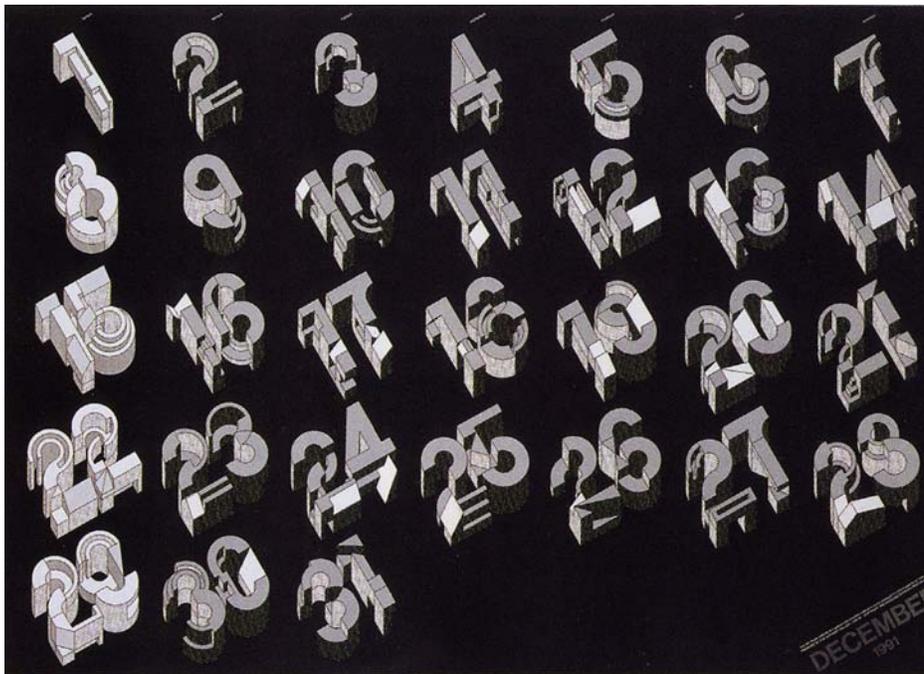


Figura 78 Calendario de 1991 para el MoMA NY.

⁵² Eréndira Meléndez Torres, “Takenobu Igarashi diseño de tipos que devienen escultura” Revista Lúdica, Arte y cultura del Diseño, México, No. 1 Abril 1998.

2.3 La formación académica del diseñador como productor

El interés de incluir la maestría de la Escuela de Artes Visuales de Nueva York es por ser un referente académico que norma la formación de un diseñador gráfico vinculado a la generación de proyectos desde la autoría.

Resultado de la observación del comportamiento de la profesión en la sociedad, la propuesta educativa debe reaccionar ante los requerimientos necesarios que le permitan ser vigente en el contexto en que se desenvuelve.

El factor tecnológico con la llegada de la computadora, ha transformado el proceso de trabajo del diseñador gráfico, incluso desplazando su lugar de mediador del mensaje para ser el generador de las propuestas.

El reto de la maestría ante estos avances tecnológicos es convertirlos en capacidades para alcanzar el nivel creativo en favor de la propuesta de diseño.

La misma tecnología que pone al alcance del ser humano toda la información, actúa como fuente de inspiración con el acercamiento de otras formas de comunicación con enfoques diferentes como; el visual, el verbal y el textual, información que incentiva la actitud multidisciplinaria del diseñador que lo obliga a ir más allá de establecer los contenidos.

Para School of Visual Arts (SVA) el nombre de la maestría tiene que ver con “El concepto de autoría del diseño es, ante todo, arraigado en la creación independiente de las ideas. El desarrollo de conceptos y encontrar las mejores formas de expresar y paquete de ellos a través del diseño es la clave. Nuestros estudiantes son los formadores y por lo tanto tienen el compromiso de la originalidad. El resultado de este programa es desarrollar y promover nuevos productos de valor que respondan a las necesidades y deseos de una sociedad en cambio y contribuir con objetos de valor que integren mejor en el diseño y el pensamiento de diseño”.⁵¹

El ingreso a la maestría está abierto para diferentes disciplinas. El único requisito académico tiene que ver con el manejo de la tipografía, considerando que es lenguaje universal, que mide el conocimiento del interesado en la comunicación gráfica y además es importante por el perfil del programa de estudio que involucra la capacidad de expresarse por medio de la comunicación escrita.

Para ser elegido, el aspirante debe entregar una carpeta de trabajo con 20 proyectos que hablen de él, y un certificado de estudios. El registro que se tiene del número de solicitantes han llegado a 200 de los cuales 20 conforman la generación estudiantil.

La parte esencial de su misión estableció.

*“La escuela de diseño de Artes Visuales, inició la maestría el diseñador como autor en 1998 como una alternativa a los programas maestros tradicionales que enfatizan la forma sobre el contenido. Nuestros estudiantes son alentados a crear sus propios contenidos utilizando nuevos medios de comunicación y desarrollar una tesis dirigida directamente para un mercado de bienes e ideas.”*⁵²

El sentido empresarial responde a fomentar la paternidad acorde a la actitud del interesado en iniciar un proyecto por cuenta propia.

La maestría consta de dos años de estudios, integrados por una serie de talleres, además los estudiantes tienen la posibilidad de tomar asignaturas optativas de programas de la SVA.

El anexo al final de la tesis, contiene una breve explicación de los talleres para tener un panorama general del programa de la maestría.

Respecto a los talleres, hay uno dedicado a la trayectoria de Paul Rand, considerado por la revista HOW en su publicación dedicada a los maestros del diseño en E.U. Creador de logotipos como el IBM, Westinghouse, imágenes, que no han necesitados alguna modificación desde su aparición, aproximadamente desde hace 30 años.

La incursión del taller dedicado a un maestro del diseño en la maestría del autor, habla de integrar en la formación de sus alumnos, el estudio de la trayectoria de un destacado diseñador, considerar al propio diseñador como tema, cuando establece referentes de desempeño en la disciplina.

Hablando de maestros entre su plantilla de profesores, incluye, al diseñador Adrian Sagmeister autor de cartel para la conferencia de la AIGA en Detroit en donde se grabó en el cuerpo, siendo su cuerpo el lienzo y la navaja su instrumento de dibujo. En el libro diseñadores gráficos del siglo XXI, considera que *“el problema del vacío en muchos trabajos del diseño es que la mayoría de los diseñadores no cree en nada. No nos involucramos en política ni en religión, no adoptamos ninguna postura ante un tema importante.”*⁵³

Pero su constante actividad en la actualidad y su sentido crítico de favorecer una postura al momento de diseñar en lugar de buscar una imagen estéticamente aprobada, es lo que llevó a la SVA, invitarlo a formar parte de esta maestría.

Como parte de los referentes para el estudio del diseñador productor, la estructura del programa establece, Once criterios para la de la tesis de diseño del



Figura 79 Logotipo diseñado por Paul Rand

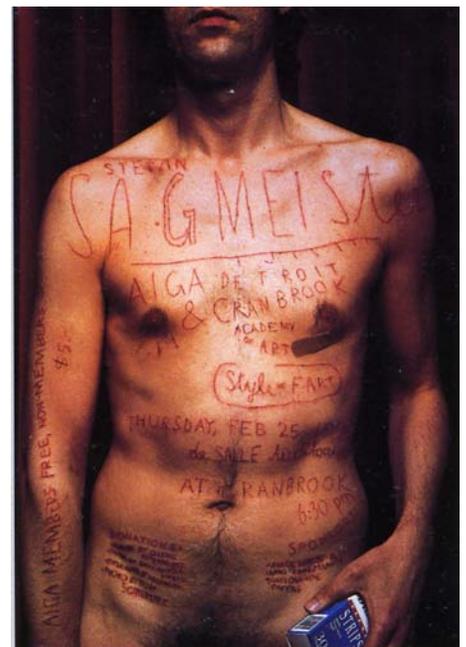


Figura 80 Cartel para la convención de AIGA en Detroit, el texto fue grabado en el propio cuerpo del diseñador.

⁵² Ídem.

⁵³ Fiell Charlotte, *Graphic Design for the 21st century*, Taschen GmbH 2003, p. 400

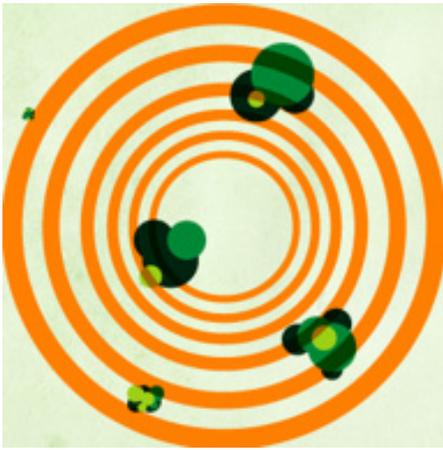
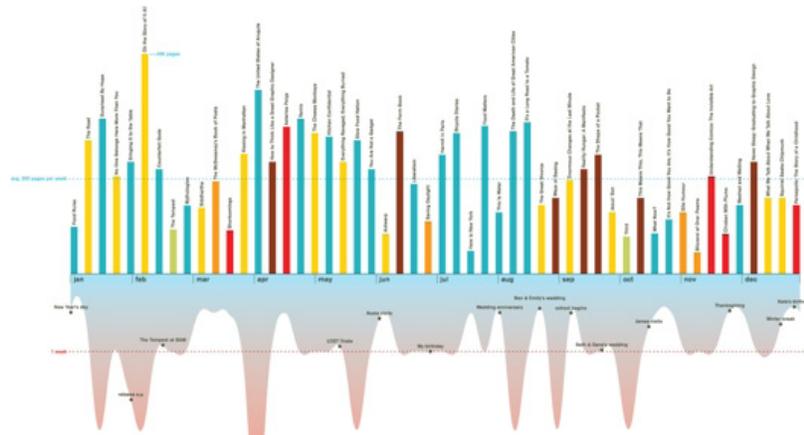


Figura 81 Derek Munn
 Proyecto Corto Mundo Verde
 En 20 segundos de un promocional obtiene un bosque geométrico, sugiriendo la ampliación de una semilla

AMF

- ¿Es el concepto original?
- ¿Existe una necesidad y / o nicho para este concepto?
- ¿El concepto de comercialización que vá a vender?
- ¿Se tiene plenamente documentada la originalidad del concepto, la necesidad y la viabilidad?
- ¿Ha determinado su audiencia?
- ¿Se puede afirmar que este concepto será de valor para esta audiencia?
- ¿Su concepto debe beneficiar a la sociedad de una manera significativa?
- ¿Realmente es práctico su concepto?
- ¿Está dentro de su capacidad darse cuenta de ello?
- ¿Está dispuesto a dedicar el año AMF y más allá a la realización de este concepto?
- ¿Tiene el proyecto un mayor alcance que ser un mero ejemplo de carpeta?
- ¿Quiere explorar todas las posibilidades auxiliares?
- ¿Es el concepto realmente importante para usted?



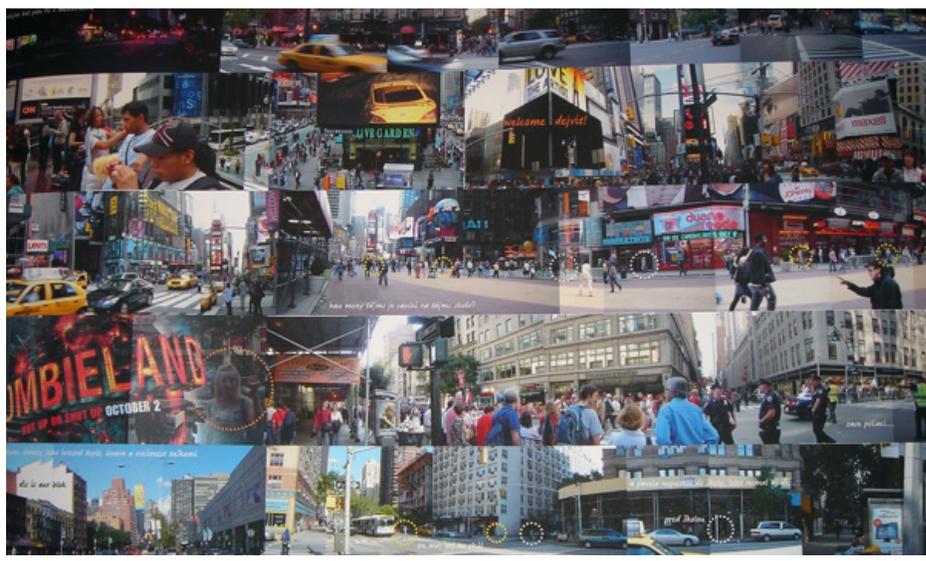
52 books, 52 weeks
 a book-a-week look back at 2010

- fiction
- non-fiction
- poetry
- design
- theatre
- graphic novel

Figura 82 Elliot Walker
 Proyecto 52 libros 152 semanas
 En el año 2010 el autor leyó un libro por semana. La infografía representa los libros con la intención de mirar hacia atrás y analizar la decisión de leerlos



Figura 83 Alejandra Stefanakova
 proyecto Libro Un día
 Con el planteamiento de la clase Sagmeister de Tocar el corazón de alguien. La autora se propuso tomar cientos de imágenes en NY y escribir notas graciosas camino a casa de un amigo. El resultado fue 100 pies de largo



Estos parámetros para certificar el proyecto de un alumno, responden a cubrir los aspectos de diseño, empresarial y de redacción que se encuentran como parte de los objetivos en la formación de sus alumnos.

Resultado de esta propuesta educativa, es la originalidad de los proyectos de sus alumnos.

La maestría utiliza el término autor, asociando la individualidad de la idea de quién la crea con la tecnología, que hace más accesible la incorporación de materiales nuevos, así como sus aplicaciones, para llevar al profesionalista hacia un trabajo multidisciplinario.

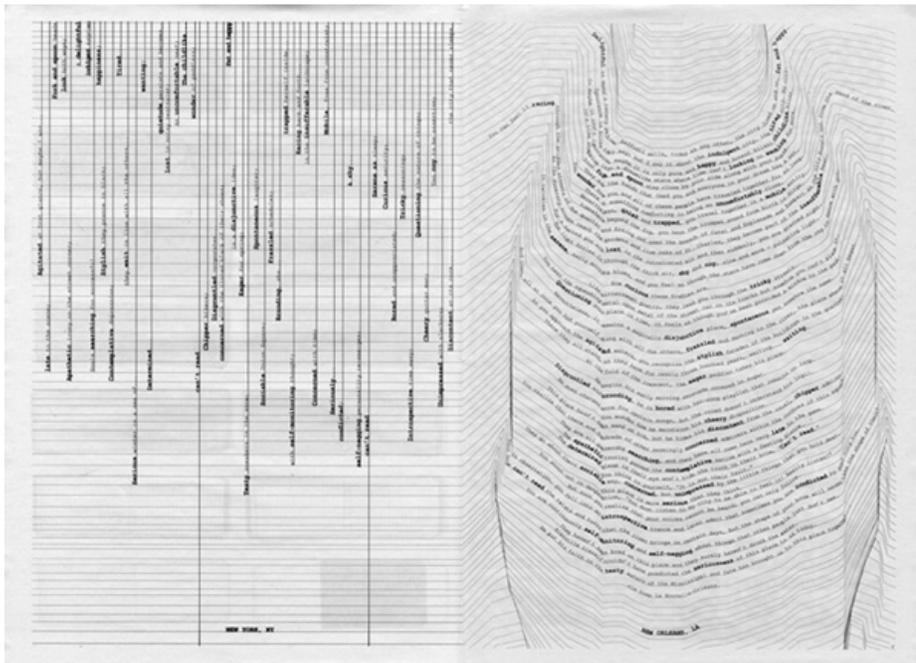


Figura 84 Katie Positerry
proyecto Río Mississippi
Ejercicio de escritura y juegos de palabras que forman un río mediante una historia creada a partir de recorridos de calles de la ciudad de Nueva York y Nueva Orleans para mostrar su dualidad

Figura 85 Jennifer Panepinto
proyecto de tesis Mesü
Conjunto de platos para la medición y control de una dieta. Fabricados en porcelana, conformados por seis tamaños de media copa a dos tazas. Mesü utiliza un sistema gráfico para mostrar el tamaño de la porción.



CAPITULO III

EL DISEÑADOR GRÁFICO COMO PRODUCTOR DE PROYECTOS EN MÉXICO



3.1 El diseñador gráfico como productor de proyectos en México

Después de establecer las funciones básicas, el ambiente que determina el desempeño del diseñador gráfico, y revisar los antecedentes junto con una serie de proyectos que sirven de referencia para comprender los objetivos que caracterizan a los proyectos originados por el diseñador, se abordará la realización de los proyectos producidos en México, tema medular de esta tesis.

El planteamiento parte del análisis de los motivos que llevan a cada diseñador a ser productor para conocer a través de sus proyectos, las circunstancias y funciones que asume además de diseñar, para cumplir con sus propósitos personales.

La elección de los autores tiene la intención de ejemplificar la clasificación mencionada anteriormente, su inclusión es considerada porque realizan este tipo de proyectos de manera regular. Además el conjunto de diseñadores representan la variedad de generaciones que integran el acontecer cotidiano del diseño gráfico en nuestro país. Cada participante cubre o reafirma un aspecto del tema para conformar un panorama de los proyectos personales del diseñador en México.

Es necesario señalar que la información se basa en una serie de entrevistas con los propios autores de los proyectos para obtener de viva voz la explicación y los fundamentos que tienen para ellos mismos la realización de un proyecto personal. La redacción de las entrevistas permite ampliar y darle continuidad a la información, sin perder el enfoque del tema de estudio.

Registrar las actividades del diseñador en nuestro país se transformó en una técnica de aprendizaje que equilibró la información de la fuentes teóricas con la práctica profesional. Sus conversaciones ampliaron y facilitaron la comprensión de sus proyectos porque reflejan de forma natural la experiencia ad-

quirida en la disciplina y su capacidad de llevar sus conocimientos a la aplicación intuitiva.

Todos los proyectos de los diseñadores coinciden con inquietudes, gustos y convicciones que los formaron como individuos y parece que era cuestión de tiempo complementar sus habilidades y alcanzar la madurez para llevarlos a cabo.

En su realización se refleja la necesidad de expresarse del diseñador. Desde esta faceta introspectiva, los diseñadores han encontrado que sus ideas abordan temas de interés para otras personas, por esta razón llegan a ser patrocinados por clientes o apreciados por el público.

Este hecho se debe a que los diseñadores presentados reafirman la función de la disciplina por comunicar, principio importante de un buen proyecto personal, de lo contrario se estaría hablando de manifestaciones plásticas hechas por un diseñador gráfico.

La experiencia del diseñador es un factor que contribuye en la efectividad del mensaje, por un lado está el compromiso de generar el contenido con base en la investigación del tema y por el otro, el mismo planteamiento de diseño para resolver el problema lo lleva a establecer dinámicas de trabajo que le permiten incursionar en otras disciplinas o conseguir colaboraciones de otros diseñadores y especialistas de distintas áreas. Esto produce que el mismo proyecto retroalimente su actividad profesional.

Debido a que todos los proyectos se generaron por iniciativa del diseñador, el comienzo de los mismos parte de la historia del autor como individuo.

3.1.1 Arturo Negrete Taller 75°

El análisis de los proyectos personales de diseño en nuestro país mediante sus autores, reafirman los procesos y las funciones que desarrollaron los pioneros de la disciplina para establecer, por medio de su trabajo los referentes de esta actividad.

La labor del impresor en el proyecto de diseño se encuentra en el proceso cuando asesora al diseñador en la parte técnica para prevenir problemas que interfieran en la reproducción del trabajo. Asimismo un impresor comprometido, contribuye con el acabado final del proyecto.

De la colaboración con el impresor, el diseñador ha aprendido la importancia de aprovechar los recursos para optimizar tiempo y dinero en la reproducción del trabajo. Comprendiendo que el sistema de impresión forma parte de la técnica que beneficia la presentación del diseño.

El proyecto de Arturo Negrete fundador del Taller 75°, permite observar a este reconocido impresor en el ámbito del diseño por la calidad de su trabajo en la serigrafía, con una trayectoria de 25 años junto a los diseñadores que consolidaron el cartel social y cultural en México. Desde sus inicios hasta la actualidad, como Rafael López Castro, Vicente Rojo, Germán Montalvo, Antonio Pérez Niko, Alejandro Magallanes, Lourdes Zolezzi entre otros. Ha sido también reconocido por la II Bienal Internacional del Cartel por sus diferentes colaboraciones en este evento como la impresión de la colección *América 500 años después*, que incluye a varios autores nacionales e internacionales.

Se le considera un referente activo por la manera en que mantiene vigente el gusto de seguir experimentando en la serigrafía y al mismo tiempo continuar colaborando con las nuevas generaciones de diseñadores.



Figura 86 Obra gráfica de Rafael López Castro impresa a 4 tintas y tres degradados

Su inicio en el diseño cultural se debe a la colaboración con Rafael López Castro, quien mediante la reproducción de sus carteles llevó a este impresor a enfrentar y resolver diversos problemas técnicos, desde mantener uniforme una plasta de color en un formato 60 x 90 cms y el registro de los colores en proyectos con gran detalle, hasta los degradados que se convierten en motivos distintivos de los trabajos en donde se aplican.

El propio realizador explica las razones de involucrarse en un proyecto personal.

¿Cuál fué el objetivo de hacer Taller en Vida?

“La producción del cartel ha venido disminuyendo y yo tengo la ansiedad de enfrentarme a otros retos de serigrafía, ya he abarcado la pintura con la reproducción de obra gráfica de artistas que en ciertos casos nos han llevado 6 meses interpretar, llegando a utilizar, en una obra, hasta 40 tintas.

Pensé que muy poca gente conoce el Taller debido a que es un lugar cerrado y mi intención es darlo a conocer imprimiendo mediante la invitación a diseñadores para hacer un trabajo personal.

Tratando de que 75° se convierta en museo, Taller en Vida, es una forma por medio de la serigrafía para que existan más piezas de una obra y no un sólo el original, para que la gente tenga al alcance a un artista.”⁵⁴

Cada proyecto tiene sus propias características que reflejan la necesidad por las que fue concebido; en el caso de *Taller en Vida*, se propone resolver el problema que tienen con nuevos clientes, sobretodo con diseñadores jóvenes que sin consultarlo, piensan que 75° está fuera de sus posibilidades económicas. Factor que influye en el flujo de trabajo del taller.



Figura 87 Logotipo de Taller en Vida diseñado por Germán Montalvo



Figura 88 Publicidad impresa en serigrafía con tintas fluorescentes la vista izquierda es con luz natural y la misma imagen con luz violeta permite observar el fondo azul con peces.

⁵⁴ Entrevista a Arturo Negrete, México, D.F., Octubre 2009

3.1.1.1 Taller en Vida

Arturo Negrete

Proyecto de autopromoción

La decisión de Arturo Negrete de invitar a diseñadores gráficos para imprimir piezas gráficas en presencia del público en general y propiciar el diálogo entre la comunidad asistente. Dió como resultado un evento gráfico, mediante el autor de la obra y el proceso técnico de impresión para observar las situaciones que surgen en el proceso de reproducción y la intervención del impresor en el acabado final del diseño.

Taller en Vida inició con un ciclo de sesiones programadas a partir del sábado 17 de octubre hasta el 28 de noviembre del año 2009. La elección de los participantes, se basó en criterios de Arturo Negrete y César Evangelista quién fungió como asesor del evento, por una parte el momento que viven las galerías de diseño en nuestro país fué un factor para elegir a diseñadores reconocidos como Dr. Alderete, Sonia Romero y Julio Carrasco creadores de Estudio Zoveck, y Mr. Kone (César Evangelista) como aval de la relevancia del evento. La incorporación de Bruno Horst Eckerle tuvo la



Figura 89 Diseño César Evangelista



Figura 90 Diseño César Evangelista



Figura 91 Diseño Chema Skandal



Figura 92 Diseño Sonia Romero



Figura 93 Diseño Julio Carrasco

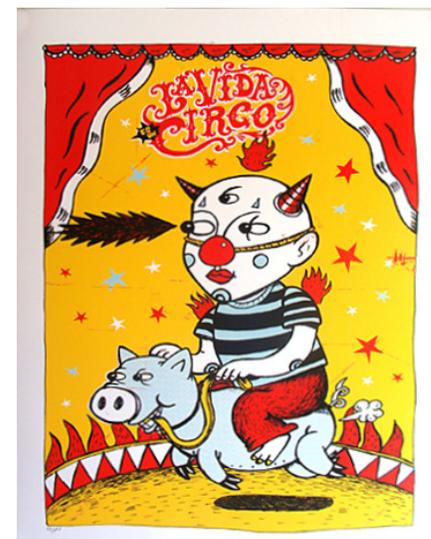


Figura 94 Diseño Julio Carrasco

intención de acercar a la comunidad estudiantil por su labor docente. Por su parte, Seher y Chema representan las nuevas tendencias de los espacios que van ocupando los ilustradores para manifestar su talento, como lo es el arte urbano.

La idea original de Arturo Negrete es difundir las cualidades estéticas del trabajo del diseñador gráfico, al presentar su trabajo como obra gráfica. La participación de cada invitado en *Taller en Vida* contemplaba que el diseñador en turno, determine los criterios de su proyecto e intervenga la pieza durante el proceso de impresión.

Basta con mencionar la participación de Chema que se distinguió en su presentación por realizar manualmente los positivos mediante la separación de colores por medio de micas transparentes, en la que fué complementada la



Figura 95 Cada diseñador invitado en *Taller en Vida* monta una pequeña exposición el día que se presenta.

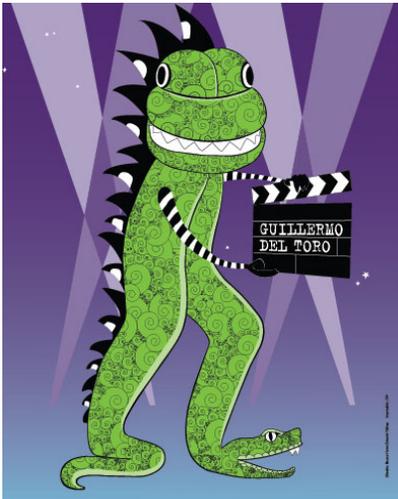


Figura 96 Diseño Bruno Horst



Figura 97 Diseño Seher One



Figura 98 Diseño Dr. Alderete



Figura 99 Proceso de impresión de un barrido o degradado de color.

imagen con texturas hechas con crayola, el rayado de los positivos generaron un trabajo rico en texturas que fueron aprovechadas al momento de impresión.

A *Taller de Vida*, se han sumando actividades alternas que le han permitido ampliar sus actividades, como la celebración del 12 de diciembre, que permitió la invitación a un nuevo grupo de autores conocidos por su trabajo vinculado con el taller.

Esta actividad dió como resultado la jornada más experimental, la cuál estuvo conformada por la reproducción de cuatro propuestas, entre las que se distinguieron la de el pintor Manuel Montiel quien optó por pintar previamente el papel para sobreponer la impresión en serigrafía, dando como resultado una serie con piezas únicas por el dibujo del fondo y su colorido.

La parte final de la primera etapa de Taller en Vida, consistió en una exposición en la Galería de diseño Vertigo. La inauguración permitió a su autor explicar el concepto del proyecto y ampliar la invitación a nuevas generaciones.

Al contemplar la exposición, se podía constatar que sin ponerse de acuerdo los participantes, el conjunto de las obras, representaban la versatilidad del trabajo de 75°.

Entre las tres piezas de Kone se visualizaba el uso de tintas fluorescentes que requerian de un registro preciso. Por su parte el trabajo de Chema implicaba mezclar los colores para rescatar los detalles que tenían profundidad por contener textura sobre textura.

Las piezas de Estudio Zoveck puso a prueba la habilidad del impresor con la reproducción de la selección de color en serigrafía para resolver un collage característico de este despacho de diseño.

Las cuatro piezas del Dr. Alderete se distinguieron por el uso de plastas que el impresor resolvió con su raseado para conseguir la apariencia de uniformidad que demuestra la habilidad técnica de quién la imprime. Cumpliendo con la parte experimental que anhelaba el impresor, Alderete propuso la obra más innovadora del evento que implicaba obtener un dibujo en tercera dimensión por medio del desfase de la impresión de cyan y magenta, diseño que requería de unos anteojos especiales para poder apreciar el efecto.

Seher adaptó su trabajo urbano para presentar una propuesta compacta por la combinación de tres colores, que muestra su habilidad para dibujar y apreciar cada detalle de la composición.

Finalmente la propuesta de Bruno Horst Eckerle requirió de los degradados característicos de 75° que resaltan el colorido del diseño.

Taller en Vida, se ha convertido en un lugar de reunión en el cuál jóvenes diseñadores contemplan las posibilidades de aplicación en la serigrafía. Presencian la aportación que tiene el impresor en un proyecto gráfico y conocen el trabajo de un diseñador a partir de los parámetros que él mismo determina.

Con el transcurso de la jornadas se difundió el evento y los visitantes en su mayoría ilustradores, al comprender su dinámica se han motivado para mostrar su trabajo para aspirar ser considerados en siguientes presentaciones.

Es evidente el traslado de diseñadores de provincia con el propósito de ver el evento como un foro para contactar al Maestro Negrete y trabajar con él. Por su parte el mismo espacio de *Taller en Vida* se ha convertido en un foro de eventos en donde muestra la diversidad de la gráfica que atrae a la nuevas generaciones de diseñadores como el arte urbano, stickers, en especial los art toys.

El acercamiento de los jóvenes asistentes, hace evidente la necesidad de contar con un foro para manifestarse, y encontrar un medio para reproducir su trabajo. Al mismo tiempo este proyecto ha permitido el conocer colegas y propiciar nuevas colaboraciones entre ellos.

La aceptación de *Taller en Vida* entre la comunidad de diseñadores y artistas interesados en la gráfica es evidente con la aparición de nuevos y reconocidos autores que han sido atraídos por la idea del Maestro Negrete.

Actualmente el proyecto continua con su deseo de divertirse por medio de la serigrafía como lo considera el autor, ya sea en el sentido de mantener esta tradición gráfica para llevarla hacia la experimentación que siempre esta latente en cada presentación.



Figura 100 Impresión de color negro en papel previamente intervenido por Manuel Montiel



Figura 101 Positivo realizado de forma manual para obtener texturas por Chema Skandal



Figura 102 Revisión de la uniformidad y registro de color

3.1.2 Estudio Zoveck

Este estudio de diseño es resultado de la convevencia de dos jóvenes estudiantes de la Universidad Metropolitana, Sonia Romero y Julio Carrasco quienes han coincidido en las expectativas de estudiar en el extranjero, el gusto por la ilustración y el diseño editorial. Juntos han consolidado una propuesta gráfica que se distingue por composiciones arriesgadas por el collage que combina elementos contrastantes.

La generosidad de los elementos que conforman la propuesta de diseño de *Estudio Zoveck*, se manifiesta de la misma forma al momento de consultarles sobre su experiencia de realizar proyectos personales.

Su incursión en estos proyectos se ubica en el mismo momento de la conformación del estudio, después de que ambos diseñadores estuvieron ilustrando y trabajando para diferentes publicaciones; Eres y Quo respectivamente.

La decisión de colaborar juntos ha traído la ventaja de conjugar las habilidades de uno con el otro; mediante el intercambio de opiniones se depura el trabajo, el proceso se vuelve más autocrítico con los detalles y además sirve para evitar errores que difícilmente pasan inadvertidos a dos especialistas.

Al respecto Julio Carrasaco comenta Creo que el problema más grande a vencer es el ego. Hay que comprender que cuando te critican un trabajo no te están criticando a ti. Realmente la otra persona si tiene una idea, no es para hacerte sentir mal, sino para que tu trabajo mejore.

La utilidad de los trabajos personales de Zoveck son parte de un proceso que requiere un diseñador para confirmar su forma de ser y actuar en el campo del diseño gráfico hasta llegar a consolidar la propuesta visual que desea transmitir.



Figura 103 Sitio web Estudio Zoveck

Su trabajo corrobora que un proyecto promocional tiene la utilidad de mostrar las habilidades que reflejan el trabajo del diseñador; su especialidad, las cualidades técnicas y el estilo que lo identifica. Del mismo modo, el esfuerzo es retribuido con la decisión del cliente de solicitar su colaboración, hecho que significa estar identificado o simplemente saber qué busca al contratar los servicios de un diseñador.

Con Zoveck no se puede dejar de mencionar su estilo, al que afectivamente le llaman Fonacot, Sonia Romero aclara que no fue planeado más bien es resultado de una forma de venir trabajando y complementa

“nadie puede negar la cruz de su parroquia, crecimos en casas que hemos llamado la Cultura Fonacot, que son casas de interés social que estan repletas de cosas en donde volteas y la navidad esta hasta en el baño con Santa Claus, es decir te aplasta la cantidad de información. Crecimos con esa cultural visual, lo que hemos hecho es explotarla, como trabajar con honestidad de decir esto es lo que me gusta y esto es lo que soy. Esta es mi patria, mi cultura y eso es lo que queremos ventilar de nuestra forma de ser.”⁵⁵

El grupo demuestra que generar una propuesta mexicana, no es exclusiva de épocas pasadas, sino del ingenio del diseñador por retomar y mejor aún, sentirse orgulloso de su origen. Como se observó en el ámbito, las generaciones nuevas de diseñadores ratifican y renuevan por medio de sus propuestas los aspectos que hacen relevantes al diseño en nuestro país.

Entre los proyectos que se analizarán en forma particular se encuentra el Manual Ilustrado de Magia Blanca que sirvió como punta de lanza en su promoción para darse a conocer como estudio de diseño. Trabajo que será complementado con las incursiones de los art toys, que reflejan la parte experimental del grupo.

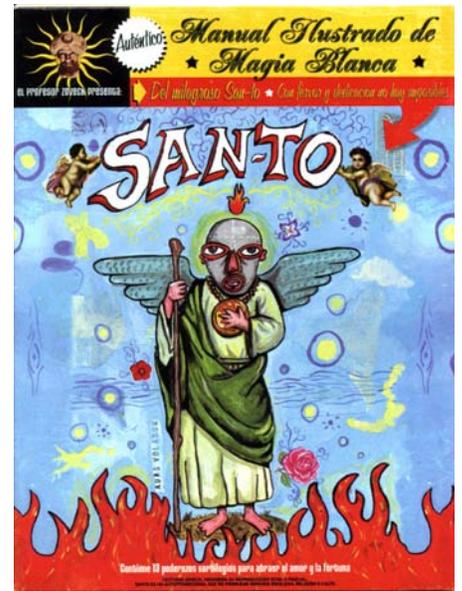


Figura 104 El manual mide 14 cms. x 18 cms.



Figura 105 El manual consta de 32 páginas impresas en selección de color

⁵⁵ Entrevista a Sonia Romero, México, D.F., Diciembre 2009

3.1.2.1 Manual Ilustrado de Magia Blanca Estudio Zoveck

Proyecto de autopromoción

Lo que primero se diseñó como Estudio Zoveck fueron las tarjetas de presentación y la página Web, por lo tanto era necesario de acuerdo a la pretensión del grupo, encontrar una forma original de darse a conocer.

Ambos diseñadores acordaron que debería ir más allá de un folleto por considerarlo convencional, recurrieron a referentes personales como el gusto por la ilustración, durante el proceso para definir la idea, plantearon que la propuesta se distinguiera por la libertad que ofrece un proyecto sin encargo.

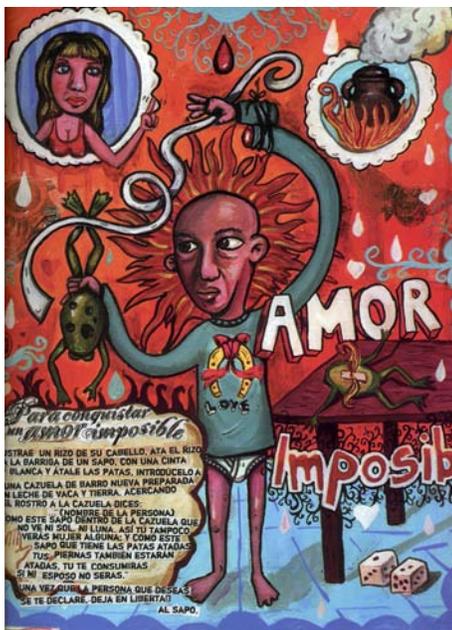
La idea de realizar un libro de magia blanca, surgió de la ocurrencia en una charla casual, pero al momento de comentarla fue suficiente para que los diseñadores comprendieran que era el proyecto adecuado para cumplir sus expectativas.

Como siempre sucede la información marca la pauta para concretar una idea mediante su representación gráfica. En este caso el Mercado de Sonora sirvió como fuente de documentación.

El contenido del manual lo conforman una serie de sortilegios para atraer el amor y la fortuna, por ejemplo: conquistar el amor imposible, llevar el noviazgo al matrimonio, entre otros; en donde cada quien eligió los hechizos que deseaba ilustrar.

Posteriormente se conjugaron las ilustraciones para conformar el primer *dumie* que propició un segundo hasta estar convencidos del conjunto de las ilustraciones. Para pasar a cotizarlo y reproducirlo en una producción final de 1 000 ejemplares, impreso en offset con interiores en selección de color y las tapas en serigrafía a dos tintas, por cierto el colofón advierte que cualquier reproducción no autorizada puede hacerte acreedor de una maldición jarocho.

Figura 106 Proyecto editorial para difundir el espíritu creativo de Estudio Zoveck, Edición de 1 000 ejemplares



La parte final del libro presenta una página con los proyectos del grupo que marca un referente de la experiencia de sus integrantes. La propuesta del proyecto da un giro total a los catálogos de los diseñadores que se distinguen por presentar sus trabajos y su trayectoria.

La idea de Zoveck muestra en esta pequeña publicación su capacidad gráfica desde los montajes de grabados combinados con fotografías y la aplicación del color con acrílico, hasta la digitalización de telas y papeles.

La manera de entregarlos se realizó en un principio a través de sus asistencias a exposiciones para entregar de mano la publicación a posibles clientes.

Por estar inmersos en el medio, decidieron recurrir a la Galería Kong fundada por el Dr. Alderete y el despacho de diseño Hula - Hula conformado por Javier Ramírez (Cha) y Enrique Ollervides. Este foro para exponer los proyectos alternativos de diseño resultó ser una manera de promover el trabajo de Estudio Zoveck, ya que varios de sus clientes han aclarado que establecieron el contacto con este estudio por haber adquirido algunos de sus productos en esta galería.

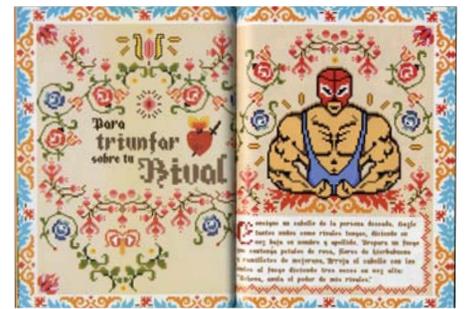


Figura 107 El planteamiento consistió en dividirse las formulas y experimentar con la ilustración

Figura 108 La combinación de fuentes y materiales se distinguen en los interiores.



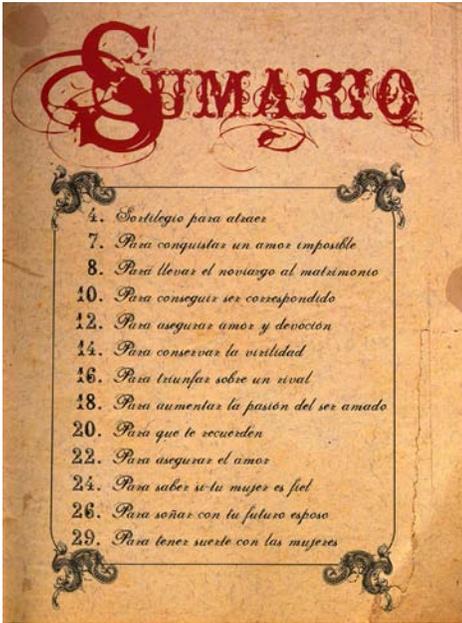


Figura 109 Los temas, colorido y texturas representan gráficamente nuestra cultura popular

De hecho algunos de sus clientes les han mencionado que llegaron a Kong, buscando encontrar un despacho de diseño nacional a través de su estilo.

En este sentido el grupo menciona que los proyectos personales también han representado ser un *hobbie* que ha redituado con frutos al generar proyectos profesionales.

Para Carrasco la experimentación tienen mucha importancia, surgió en la escuela en donde les enseñaron a experimentar; hacer de una manera diferente las cosas y ahora en el día a día hacen ejercicios como usar diferentes materiales.

“Decimos que procuramos hacer las cosas sin pudor, sin miedo, nos preguntamos como se verá un material con otro material, siempre con el uso de materiales desiguales que tenemos los mexicanos. Una sala bien bonita pero forrada de plástico cristal.”

*“Dentro de la misma propuesta, no sé si de manera involuntaria hay una parte de humor, hay una alegría por contar la historia y al mismo tiempo algo oscuro, me gusta pensar que hay una obra de teatro que cuenta una historia y los personajes se cuentan chistes.”*⁵⁶

Al preguntarle a Sonia Romero Cómo se fueron dando estas incursiones que son otras manifestaciones del diseño, ella comenta “Yo creo que es por la necesidad de expresarte, un poco también por la competitividad, sentimos que tienes que ir dando pasos más allá, por mantenerte en el mercado, estar actualizado, por seguir dando un punto de vista.

“En ese constante devenir de ver generaciones que salen de diseño, de ver cómo el mercado va ampliándose, las empresas se vuelven más selectivas.”
*“Si estás trabajando en una agencia de publicidad, tienes que tener un estilo y tienes que llevarlo a varias aplicaciones, no sólo editoriales, no sólo multimedia. Un caso son estos muñecos que representan una forma de seguir ampliando la gama y la inquietud de expresarte.”*⁵⁷

El objetivo de acercarse a los autores para obtener su fundamentación, tiene resultado al aprender los valores que adjudican a cada actividad. la oportunidad de escuchar la manera en que se fue conformando el trabajo, el momento en que los imprevistos se convierten en detalles anecdóticos con repercusiones favorables al trabajo, esta conversaciones hacen un lado la parte técnica para resaltar la parte más afectiva del autor al momento de diseñar.

*“La parte padre de hacer proyectos personales es que son muy gratos y aprendes. aunque salgan mal o como sean eres tú y como ves las cosas.”*⁵⁸

⁵⁶ Ídem

⁵⁷ Ibídem, p.91

⁵⁸ Ídem

Para estos diseñadores los *art toys* son proyectos que les permiten aprender fuera del contexto convencional de las aplicaciones del diseño, son el medio de trabajo para evitar encasillarse en soluciones que han conseguido y comprobado que aceptan sus clientes.

Cada personaje surge de ideas a las que con el tiempo se suman otras hasta que llega el momento que se concreta. De forma paralela su realización ha coincidido con la costumbre de Carrasco de estar tomando cursos en donde se pone a prueba al proponerse hacer algo nuevo.

Prueba de ello son los diferentes materiales que han utilizado en sus proyectos personales en donde la manipulación requiere contactar a otros especialistas que se suman al proyecto para asesorar en la producción técnica, los acabados y accesorios de cada personaje.

La experiencia de estas colaboraciones ha servido a los diseñadores para plantearse en cada nuevo proyecto que su producción entre en línea esto quiere decir cuidar que los tiempos y costos de su realización sean factibles para su fabricación.

Algunos detalles de la realización de sus *art toys*, ilustran el aprendizaje que han adquirido estos diseñadores. *Zorveck* es el muñeco de madera, que tuvo una producción de 30 unidades, las cuáles fueron decorados a mano, trabajo que implicó dos días por muñeco.

El siguiente personaje fue el *Zopilote*, se planeó para llevar una mascarita y en un calzoncito. En un principio pensaron que era sencillo contratar a alguien que hace las mascaritas de llaveros para hacer estos accesorios. Pero después comprendieron que en realidad no se hacen cosas de ese tamaño, se maquilan sobre un molde hecho.

Por lo tanto se vuelve necesario contactar a una costurera para que elabore los patrones de costura, entonces de los requisitos técnicos van aprendiendo.

Posteriormente cuando hicieron la muñeca de vinil *Zulema* y *Zulemi*, se enfrentaron al proceso de producción de un muñeco en retromoldeo, en donde el vinil tiene ciertas características y los moldes tiene que estar pensados para poder ser hechos en cera.

3.1.2.2 Art Toys Estudio Zoveck

Proyecto de autopromoción



Figura 110 Estudio Zoveck se plantea generar un proyecto autopromocional cada año, en donde han incluido sus *art toys*

3.2 Iván W. Jiménez Los proyectos editoriales pertenecen a la rama del diseño gráfico que más se encuentra en las calles, su mismo carácter urbano les permite reflejar con mayor fidelidad lo que acontece en la vida cotidiana a través de los carteles, diarios, libros y revistas. Estas últimas se distinguen por la periodicidad en que se publican y la versatilidad de sus contenidos, cualidad que tiene su origen en la palabra revista en inglés *magazine* proveniente del árabe y en esa lengua significa almacén.

Así como hay características de las áreas de la disciplina, también hay diseñadores que se asocian por una especialidad, este es el caso del diseñador editorial Iván Jiménez, egresado de la ENAP en 1988.

Su edad establece un antecedente que contrasta con la constante de los productores gráficos de proyectos personales que se distingue por contar con experiencia acumulada. Este detalle aclara que la experiencia en el área no es un factor definitivo para realizar este tipo de proyectos.

El contexto en que se encontraba este diseñador al proponerse generar un proyecto, coincide con el último semestre de la universidad, motivo que le genera la inquietud de buscar un empleo o crear un trabajo que pudiera proporcionarle ingresos propios. Esto lo lleva a decidirse a diseñar la revista de diseño ENE O, ensayo de diseño, con el propósito inicial de autoemplearse.

En cuanto el aspecto de diseño, la motivación de Jiménez hace recordar a Gerard Blanchard en su libro *La Letra*, en el que se refiere a la creación de una fuente tipográfica como un momento en que el diseñador considera aportar una opinión de un tema que conoce y le interesa. Además de utilizar las fuentes existentes llega el momento de generar o adaptar las propias.

Este proyecto es considerado cultural porque aunque el diseñador asume funciones de editor, su intención es hacer un proyecto dirigido a estudiantes para promover el diseño mexicano, abrir un espacio para difundir el trabajo de varios diseñadores, y crear una comunidad universitaria, sobre todo alrededor de una revista impresa.

Después de la etapa emotiva de contemplar el proyecto, comienza la toma de consciencia, en donde el diseñador se enfrenta al requisito económico, necesario para financiar los gastos de la publicación, sobretodo tratándose de un contenido en donde el mercado es reducido y las marcas no confían en patrocinar.

Esta situación lo lleva a buscar empleo, pasa por varias editoriales, hasta que decide ingresar a T.V. Azteca. Este trabajo le permite a Iván Jiménez realizar de forma paralela la publicación de la revista.

El proyecto se transforma en personal debido a que, ante las dificultades para su realización, existe la convicción del diseñador por producirlo. Incluso lo lleva a dejar la empresa, que es un trabajo fijo, para trabajar por cuenta propia, que es menos estable.

Además del interés por diseñar la revista, la otra razón que lo convence de realizar un proyecto por su cuenta es el cansancio del sistema laboral, en donde se especifican los lineamientos del trabajo que en ocasiones no concuerdan con las ideas del diseñador que lo realiza, por lo que decide independizar no sólo como diseñador, sino también como persona.

Este ejemplo ratifica que la decisión de trabajar por cuenta propia tiene que ver con la misma personalidad del diseñador para encontrar las condiciones necesarias que le permitan sentirse bien para llevar a cabo sus funciones.

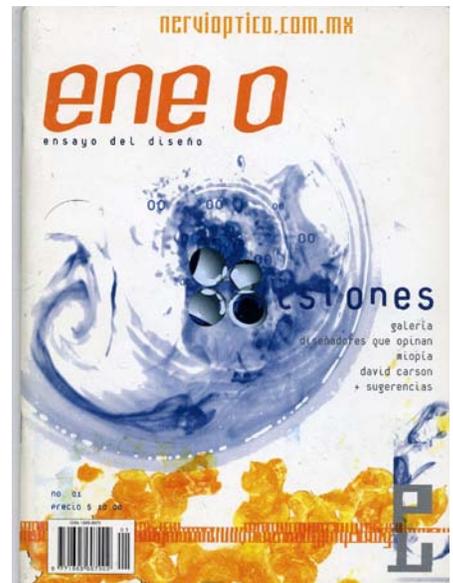


Figura 111 Primer Número de la revista ENE O



Figura 112 El número 16 de la revista se desdobra para formar el formato del periódico

3.2.1 Revista ENE O

Iván W. Jiménez
Proyecto Cultural

Cuando se observan los requisitos que son más solicitados por las empresas para contratar a un diseñador, se comprueba que la experiencia ocupa el de mayor importancia.

La búsqueda por la inserción laboral, conduce al joven diseñador a preocuparse por respaldar su solicitud en sus conocimientos técnicos a partir de los programas digitales, dejando en segundo plano al diseño, hecho que influye en la actualidad con el desempeño de un diseñador más técnico.

Con la práctica de acercarse a los diseñadores que mantienen una actividad constante en la vida profesional se obtienen referencias para aprender cómo se adaptaron a las circunstancias que rodean el trabajo del diseñador gráfico.

El contexto en que se encontraba el diseñador que inició este proyecto era un empleo de medio tiempo en un centro de fotocopiado, estaba terminando sus estudios pero sobretodo tenía claro el emplearse diseñando una revista.

Esta situación lo lleva a trabajar de forma independiente, motivo que llevó a preguntar: *¿Cuál es la ventaja y desventaja de esta forma de trabajo? La ventaja que el tiempo es tuyo como el diseñador, tienes la libertad de salir a caminar y después reponer el trabajo que tienes a tu cargo; la desventaja de ser independiente son las curvas que suben y bajan en la cuestión del dinero y dependes mucho de la economía del país.*⁵⁹

El proyecto de la Revista ENE O representa la constancia de Iván Jiménez por mantener la convicción de ir realizando en forma y contenido la publicación.

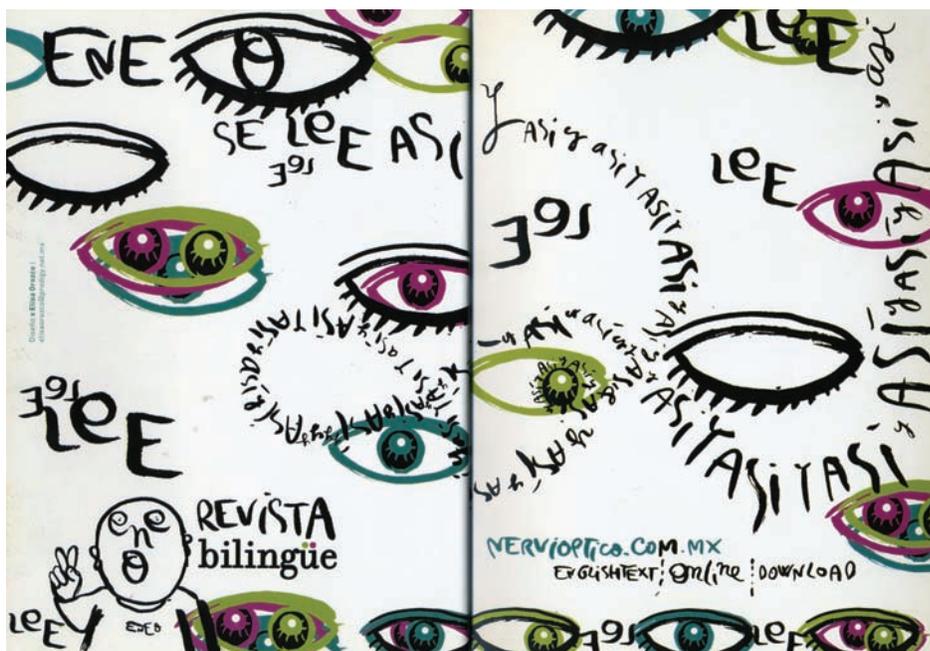


Figura 113 La publicación tiene el criterio de invitar a diseñadores para realizar colaboraciones. Doble página diseñada por Elisa Orozco

Durante su proceso hubo la invitación a amigos que entraron y salieron, hasta que a finales del 2003 se asoció con el diseñador Xavier García.

A partir de este acontecimiento se delimitaron las funciones, a Jiménez le correspondió la parte de dirección de arte y editor. En la primera la responsabilidad es diseñar la estructura de las secciones de la revista y el estilo que la hace distintiva, y en la segunda significa ser el responsable de los contenidos de toda la publicación incluso sin haber intervenido en su redacción.

Las funciones de Xavier García incluyen la participación en las decisiones de la dirección de la revista y encargarse de la reproducción. Por ejemplo, su trabajo influyó en la selección del formato de la revista, el cuál se fundamenta a partir del principio de evitar desperdicio de papel, lo que llevó a definirlo a 14 x 18 cms. que extendido corresponde a una hoja carta, menos el refine del acabado final.

El editorial del primer número de la publicación explica su perfil

“Nervio Óptico [ene o] nace de varias conclusiones. La escuela estuvo bien, pero... tal vez faltó un espacio en donde exponer mi trabajo, contacto con otras universidades, conocer escuelas de todo el mundo, ver diseño que se está haciendo en México y otros países, reconocer el trabajo de jóvenes diseñadores y, lo más importante como universitario, tener fácil acceso a información útil.”⁶⁰

El directorio de la publicación estaba conformado por la dirección, coordinación editorial, departamento de diseño, ventas, corrección de estilo y colaboradores que asesoraban la coordinación de la revista.



Figura 114 Cada edición es dedicada a un tema específico que refleja las manifestaciones actuales del diseñador gráfico.

⁶⁰ Ídem.



Figura 115 En los primeros números se hacían convocatorias para publicar trabajos de estudiantes relacionados con el tema de la publicación

Desde 2003 hasta la fecha, la revista se distingue por abordar un tema específico entre los que se encuentran la tecnología en el diseño, tipografía, cartel, ilustración, multimedia, diseño de revistas, etc.

La publicación está estructurada por una serie de secciones que aparecen en cada número, integradas por miopía, introito, sentido, globo, hipertexto, lectura doméstica, grossario y lito info.

Entre las que se destaca la sección *Sentido* como un distintivo de la publicación. La dinámica para conformar su contenido es resultado de la convocatoria a estudiantes para enviar sus trabajos de acuerdo al tema que tratará la siguiente edición y conformar una galería de trabajos universitarios.

Con el análisis de los proyectos personales, aparecen constantes con los proyectos realizados de manera tradicional, sobretodo los que cumplen sus objetivos, terminan por promover la planeación de otro. Consolidando la actividad alternativa del diseñador en una opción de autoempleo formal.

Los directores de la revista ENE O al cuestionarse ¿Cómo presentar la revista en sus aniversarios? llegaron a la conclusión que la forma celebrar era mediante la organización de ciclos de conferencias y talleres para involucrar la participación de diseñadores destacados en nuestro país y con el perfil de la publicación que representaran a las nuevas generaciones y vigencia en el medio a las que se unieron despachos de diseño internacional como la participación de Modern Dog.

Este encuentro de conferencias y talleres cumplió con la función de poner en contacto a estudiantes con diseñadores profesionales, el evento se



Figura 116 Entre sus contenidos incluyen entrevistas con diseñadores destacados como Gabriel Martínez Meave



realizó durante tres años en diferentes sedes, iniciando con el Museo Arte Alameda y trasladándose al Museo Franz Mayer. Este es un proyecto que se desprende del inicial pero también implica abarcar nuevas funciones como la contratación de los exponentes, conseguir a patraocinadores, rentar los lugares sede del evento y solventar los gastos del curso, entre otros.

Por otra parte, la experiencia que ha obtenido de este proyecto Iván W. Jiménez lo ha llevado a comprender la dificultad de mantener el proyecto; esta situación ha influido en que la publicación se sigue produciendo pero su periodicidad no es constante como en sus inicios, el ciclo de conferencias se dejó de hacer porque si resultaba muy emotivo pero la parte administrativa es difícil de sostener.

Pero un proyecto y las circunstancias, aunque sean difíciles en el contexto, también tienen la facultad de generar proyectos, esta es una de las aportaciones de este diseñador, que ante la situación reflexiona *“una de las funciones que ha tenido el proyecto ha sido una vez que empiezas quieres seguir, más bien tienes que seguir y surgió Grupo Horma que también es un proyecto independiente que económicamente tiene mayor potencial.”*⁶¹

Figura 117 La publicación es trimestral y tiene un formato que no ha variado de 21 X 14 cms.



⁶¹ Ídem.

3.3.1 Lourdes Zolezzi

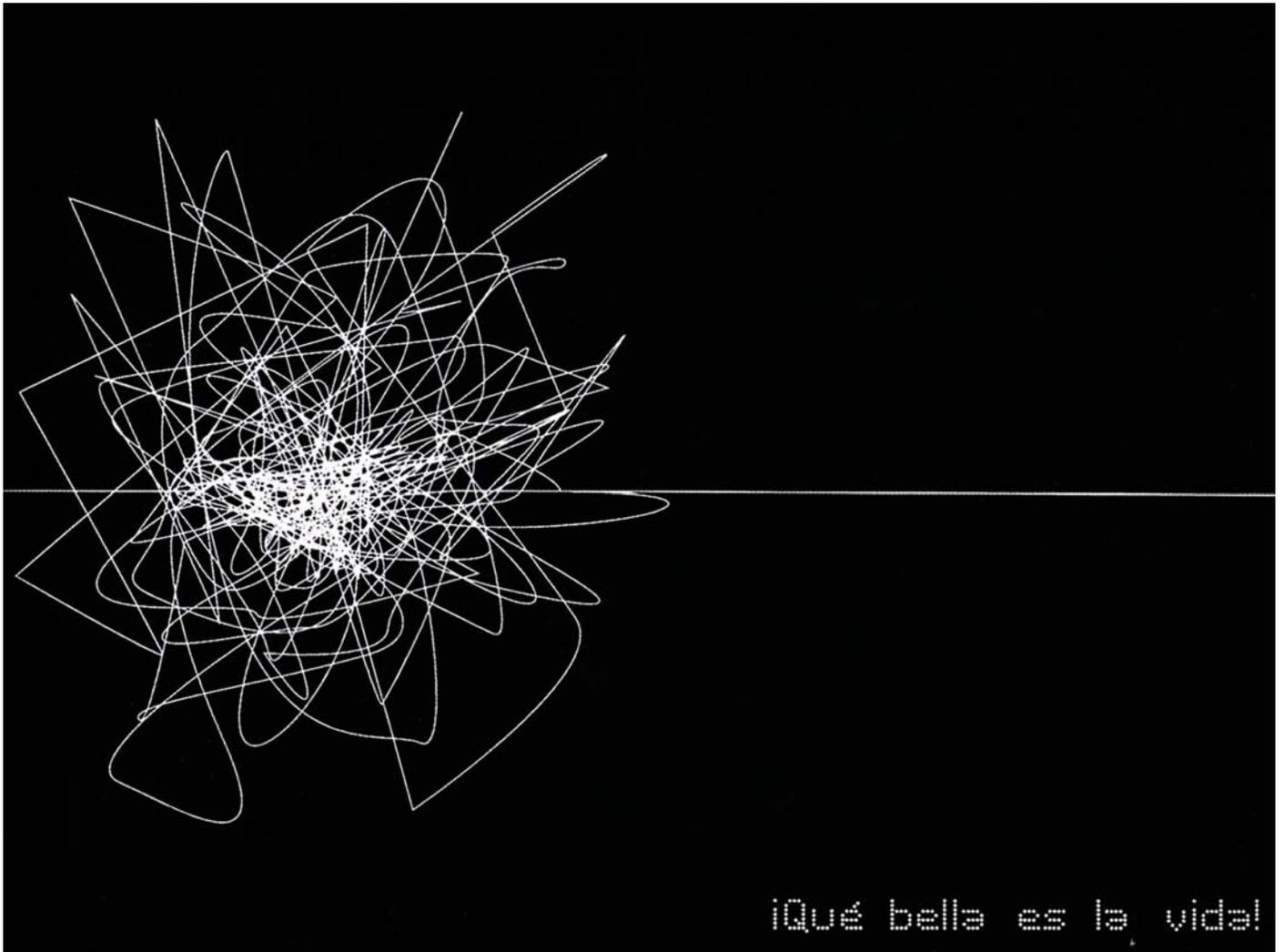
El mensaje visual tiene la capacidad de hacer más que informar. La tipografía y la imagen dejan de ser elementos formales cuando se combinan con el propósito de transmitir una idea.

En los proyectos socio-políticos su valor utilitario se designa en función de la reacción que provoca en el público al que se dirige. Esta respuesta se consigue mediante mensajes que resulten apegados a la realidad del grupo, y la originalidad en la forma de abordar un tema.

Sin olvidar que un proyecto gráfico no necesariamente cambia la situación política o social del individuo, continúa siendo importante porque contribuye a despertar la conciencia de las comunidades.

La relevancia del proyecto conceptualizado por Lourdes Zolezzi llamado *Pecados Capitales*, radica en el diseño multidisciplinario para implementar mensajes con una variedad de puntos de vista, acerca de problemas que aquejan a la ciudadanía.

Figura 118 Proyecto Personal



En su mayoría, los diseñadores que producen proyectos personales han manifestado en su elección de temas, ser originados por aficiones que tienen como individuos antes de dedicarse a la comunicación gráfica.

La autora, por medio de su trabajo, reitera su vocación de comunicar, aunque en este caso lo hace para exteriorizar la terrible experiencia de haber vivido el secuestro express, a la que se suman, como detonador del proyecto, los procedimientos de la policía, que agreden con su burocracia e ineficacia hasta obstaculizar para llegar a denunciar un delito. Para Zolezzi la decisión de hacer algo al respecto, no termina con el hecho de obtener una idea. Su trabajo reafirma que la función del diseñador se vuelve más relevante a través de mensajes que denuncian y confrontan situaciones reales.

En esta ocasión, la comprensión del problema la lleva a decidir que lo más conveniente, es hacer una mayor reflexión respecto a las formas en que se presentan las agresiones en la ciudadanía actualmente.

Por esta razón, convoca a diferentes especialistas vinculados a las expresiones artísticas, para realizar un cartel que denuncie los tipos de violencia que se manifiestan en la capital del país. En donde se observa que la autora recurre al contexto de la comunicación como hilo conductor de todos los participantes.

Para que los mensajes sean utilizados, la autora contempló involucrar a las ONG's para que el proyecto *Pecados Capitales* sirva de apoyo a la difusión de actividades de estas organizaciones no gubernamentales y al mismo tiempo pongan el mensaje en contacto con el público.

Por otra parte, de manera individual la producción de proyectos personales de esta diseñadora también se ha distinguido por la realización de carteles sociales los cuales mediante su análisis, permitirán comprender entre otras cualidades, la habilidad de Zolezzi para ser precisa en los contenidos de sus carteles que hablan de la esencia del tema y en el aspecto visual sobresalen por ser concretos, ya que al observarlos ni falta ni sobra un elemento que los conforme.



Figura 119 Página web del proyecto

3.3.1.1 Pecados Capitaes

Lourdes Zolezzi
Proyecto Socio Político

El nombre del proyecto proviene de la fe cristiana, utilizado para educar a su comunidad acerca de la moral. El sentido que adquiere en este proyecto es hacer alusión a las diferentes manifestaciones de violencia que suceden en la ciudad de México.

Pecados Capitaes es un proyecto producido y generado por la iniciativa de Lourdes Zolezzi como reacción ante la violencia que vivió personalmente y que se manifiesta cotidianamente en el Distrito Federal.

Para promover que el capitalino no se acostumbre a la violencia como forma de vida el "objetivo del proyecto Pecados Capitaes es hacer una campaña de concientización respecto a los problemas que aquejan a la ciudad, a través de la reflexión de la comunidad artística."⁶²

La puesta en marcha de un proyecto implica para su realizador emprender el proceso para ir depurando los detalles que lo constituyen.

Por la magnitud del proyecto, y la contribución que hacen algunos colaboradores hacen que su participación se vuelve relevante. Tal es el caso del escritor Blas Valdez autor de libro Rompecabezas, artista multimedia que ha participado en varios festivales como State of arts, Mexart fest entre otros. Esta mención muestra como el proyecto personal inicia con el autor asumiendo el papel de realizador y cliente del mismo pero en el transcurso de elaboración se van sumando personas que se identifican con el proyecto y terminan aportando ideas que enriquecen la idea original. En el caso de Valdez debido a sus contribuciones en la organización del proyecto fue nombrado coordinador.

El perfil multidisciplinario acentúa la particularidad del proyecto con la participación de escritores, músicos, diseñadores de moda, ilustradores y cineastas entre otros. Para explorar diferentes perspectivas que plantean los problemas que afectan la seguridad del ciudadano, al mismo tiempo estas intervenciones contribuyen con la ampliación de los medios de comunicación que abarcan los sentidos visual y auditivo en que un individuo percibe un mensaje.

Para los artistas participantes, la dinámica de realizar un cartel, un texto o el sonido que hable del tema de la violencia, provoca situarse en un contexto diferente, en primer lugar reflexionar desde la perspectiva de él como ciudadano, otro cambio implica la responsabilidad de planear un mensaje que sea entendido por el público. Este proceso llevó a cada autor conocer y considerar las funciones de las ONG's que tratan estos problemas para tener una visión acerca del problema y abrir la oportunidad para que el mensaje también fuera utilizado por estas organizaciones para apoyar sus actividades.

La elaboración del proyecto propició la colaboración entre participantes



Figura 120 Diseño Lourdes Zolezzi



Figura 121 Diseño Jorge Rosas

de diferentes disciplinas, ya sea para intercambiar ideas o complementar habilidades en la producción del mensaje.

La selección de los integrantes planteo conformar un grupo multidisciplinario. La especialidad y el conocimiento del trabajo de cada autor en la cultura, fueron los factores considerados para enriquecer la propuesta visual, textual y auditiva de *Pecados Capitales*.

Durante el proceso, las recomendaciones entre los invitados y la organizadora se hicieron presentes aunque la aprobación se basó en la consideración de la calidad de trabajo de cada participante. En este proceso se tomó en cuenta a artistas que radican tanto en otros lugares de la República, como en el extranjero con la constante inconsciente de que todos eran de nacionalidad mexicana.

Los organizadores realizaron juntas previas para ultimar detalles y asegurarse que el objetivo del proyecto estuviera comprendido por cada participante, así como coordinar los aspectos técnicos de los proyectos; las fechas de entrega, formato digital y dimensión de los trabajos.

En estas reuniones también se decidió por consenso sortear los temas para evitar la repetición de los mismos, con la libertad de intercambiarlo con otro participante, incluso hasta tomar la decisión de modificarlo por el mismo autor. El propósito de los organizadores era involucrar a los participantes con el proyecto, dando como resultado el acuerdo de resumir la idea por medio de una imagen asociada con el tema y hacerla comprensible a los espectadores del mensaje.

Estos parámetros son guías para ayudar a integrar al grupo con el proyecto, pero por la misma naturaleza de la cantidad de individuos y su personalidad resulta muy difícil que se consigan todos los objetivos. Sin embargo, aún así demuestran su eficacia, al conseguir homogenizar los trabajos.

El esfuerzo del trabajo dio como resultado la elaboración de 24 carteles, 34 cuentos y 20 sonidos, con la participación de más de 40 artistas.

El siguiente paso para Zolezzi como productora del proyecto consistía en la difusión de los trabajos, por lo que mandó hacer el sitio pecadoscapitales.org para presentar los resultados del proyecto y provocar la retroalimentación a través de los comentarios del público, pero también para mantener el sitio y retroalimentarlo con más actividades.

En la imagen de la página principal aparece el diseño de un ciudadano cuyo reflejo es el diablo, para dar a entender que el individuo tiene la opción de elegir qué actitud tomar, hacia la delincuencia o tener conciencia ciudadana.

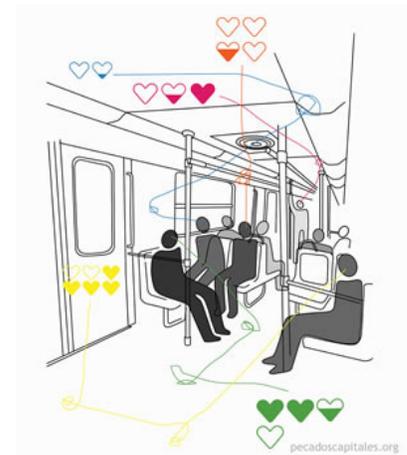


Figura 122 Diseño Liliana Ovalle

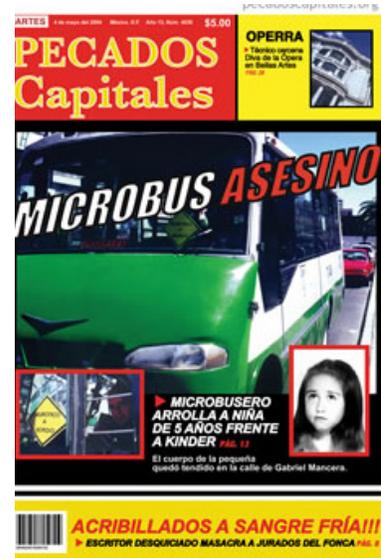


Figura 123 Diseño Blas Valdez



Figura 124 Diseño Fran Ilich / Lourdes Zolezzi



Figura 124 Diseño Domingo Martínez

El contenido de la página tiene como apartados las partes del proyecto; el objetivo, créditos con la participación de 10 colaboradores, carteles, escritos y sonidos.

El diseño en general presenta el trabajo con el crédito del autor. En el caso de los carteles se agregó una fotografía del parabús y dirección en donde se colocó en la ciudad.

Para la colocación de los carteles en la calle, la diseñadora contacto a EU-MEX, empresa encargada de la publicidad en los parabuses, la cual destina un porcentaje de sus espacios sin costo a la comunicación social, aunque ese derecho se obtiene mediante un concurso en donde los interesados describen el planteamiento del proyecto y sus características.

¿PECADOS O VIRTUDES? CAPITALES

Daniel Gutiérrez

Para que haya pecado debemos suponer que hay un dios el cual nos da una ley que podemos infringir. Esa ley divina parece ser imposible de acatar cuando no estamos bajo el escrutinio de la gente que nos importa y hacemos un esfuerzo conciente para vivir dentro de esa ley cuando nos conviene. Pareciera que estos pecados son mas bien nuestras virtudes.

Virtudes Capitales:

1. La virtud de creer que podemos describir la esencia del capitalino como un ser bueno que a veces se aleja de las normas sociales.
2. La virtud de no hacernos responsables de nuestras acciones ya que hay algún poder divino que perdonará todas nuestras infracciones con simples actos de penitencia.
3. La virtud del anonimato donde fuera de vista de nuestros seres queridos somos completamente anónimos y libres para comportarnos como "bestias".
4. La virtud de jugar a la doble moral donde se predica con más fuerza lo contrario de lo que se practica.
5. La virtud de viajar fuera de nuestra capital con actitud de colonizador moderno con una prepotencia que sólo evidencia nuestra ignorancia y nuestra insensibilidad hacia los demás.
6. La virtud de encubrir al corrupto siempre y cuando se corrompa a nuestro favor.
7. La virtud de vivir en una ciudad donde a nadie le importas y nadie te importa fuera de tu círculo de conocidos.

Cambiar es algo que solo se puede dar en el individuo y en esa medida tendrá su repercusión en la sociedad. Si no nos hacemos responsables por nuestros actos y decidimos cambiarlos seguiremos creyendo en los pecados y seguiremos disfrutando de pecar sabiendo que seremos perdonados en el mas allá.

3.3.1.2 Carteles Sociales

Lourdes Zolezzi

Proyecto Socio - Político

La repetición es uno de los principios elementales del diseño, Iván Chermayef maestro americano para comprobar su valor, sugiere observar un puesto de naranjas con el propósito de identificar la belleza que tiene, la cual radica en la sencillez de la forma redonda de las frutas del mismo modo se aprecia que el número que lo conforma es un factor que contribuye a su belleza, el conjunto de elementos es una cualidad visual y no una monotonía.

Este principio tiene validez al referirse a los resultados que se repiten en la trayectoria de Zolezzi, a través de sus acciones sociales conforma los rasgos que hacen distintivo su trabajo.

Las repeticiones incluyen las constantes realizaciones de carteles personales en donde la diseñadora origina mensajes sociales, delimitando tema y contenido como cliente para manifestarse ante sucesos inaceptables en su cotidianidad como individuo.

Se vale de su profesión para encontrar o propiciar una posible solución individual desde el momento que se propone expresarse para no ser indiferente ante situaciones adversas sin tener que vivirlas de manera directa.

Estos trabajos han reiterado su eficacia de forma particular a través de organizaciones internacionales que tratan los problemas que abordan los carteles y al sentirse identificados con los mensajes de Zolezzi, llegan al punto de solicitar la autorización para su uso vía internet.

La producción de estos carteles personales son resultado de la actitud activa para manifestarse ante un problema. La cualidad que tienen sus mensajes es el sentido de la información que transmite, además de informar, también cuestionan. El hecho que organizaciones ocupen los proyectos personales de esta autora, extiende la función por las que fue creado, al ampliar la difusión, para llegar al mayor público relacionado con el problema, *“al parecer los carteles que hace el diseñador para sí mismo encuentran a su cliente”*.⁶³

Esta diseñadora confirma mediante su trabajo la importancia de proponer un opinión resultado de la reflexión del problema, para obtener una idea que será representada gráficamente a través del cartel. Por su parte sus proyectos abordan temas universales con problemas que afectan a la gente sin importar la nacionalidad. La reducción de elementos que aparecen en sus mensajes muestran la importancia de saber seleccionar ¿Qué decir? y ¿Cómo decirlo? dentro de todas las posibilidades que abarca un tópico, y técnicas para representar una imagen.

Entre los carteles que han provocado este tipo de experiencia se encuentran el cartel de los niños y el de derechos de la mujer.

⁶³ Ídem.

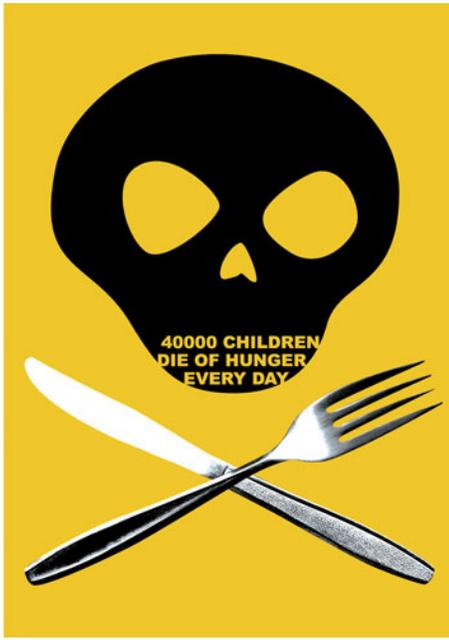


Figura 125 Cartel "Hunger" Proyecto Personal

El cartel que habla sobre el número de niños que mueren por la desnutrición surge de un acontecimiento ciudadano que muestra la sensibilidad de la diseñadora por su entorno de su realidad para sentirse motivada para elaborar un proyecto personal.

La anécdota se basa en los acontecimientos que suceden en la calle, estando en un alto un niño le pide limosna y al momento la diseñadora no tiene que observarle pero lo intercambia por sonrisas y la mirada de aceptación. El niño le demuestra sentirse agradecido por el gesto.

La percepción de Zolezzi es que el problema del niño no sólo es la necesidad de tener dinero para alimentarse, sino la de sentir que no es percibido.

Este acontecimiento motiva a Zolezzi a realizar un cartel que informe sobre este problema, en su reflexión considera mejor apelar a instituciones en lugar de dar dinero que sólo perpetua al chico a permanecer en la calle.

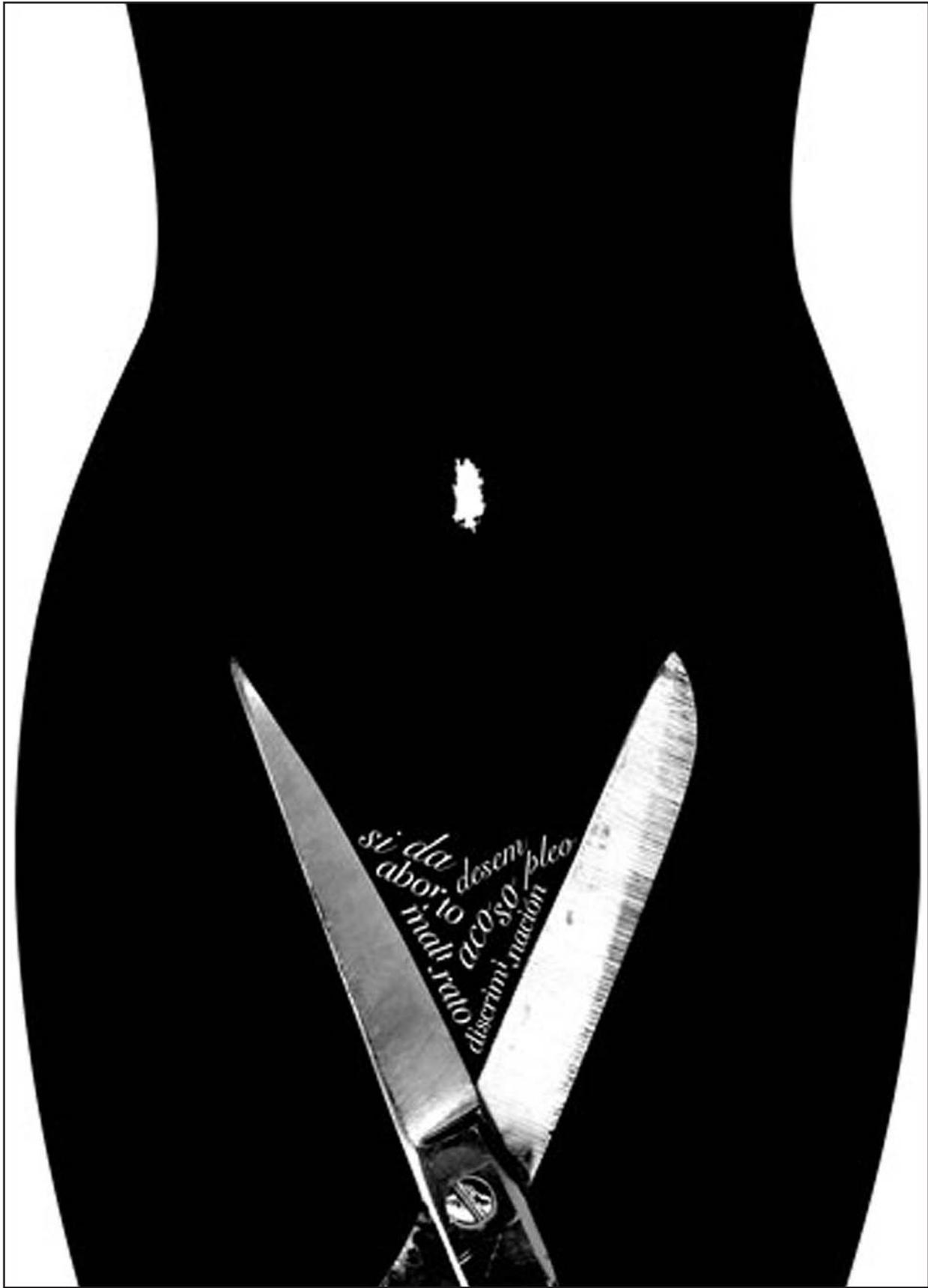
El cartel presenta una cruz formada por la fotografía de unos cubiertos que hacen alusión a la señalización de prohibición, que en este caso es al hambre infantil. El texto denuncia que 40 000 niños mueren de hambre cada día.

El otro cartel personal aborda el tema de los derechos de la mujer. La idea plantea alejarse de presentarla como una víctima, invitándola a tener una posición más activa para romper los problemas que la afectan.

La imagen remite a la vagina, conformada por unas tijeras abiertas que cortan las palabras; sida, desempleo, discriminación, aborto y discriminación.

Estos proyectos ejemplifican que un buen diseño se distingue por la efectividad al momento de comunicar. La síntesis de sus imágenes en ambos carteles es el resultado de la experiencia en la ilustración complementado por la integración de los elementos que conforman la composición.

Figura 127 *Contra la violencia a las mujeres*
Proyecto Personal



3.3.2 Carlos Villaseñor

Los proyectos personales de Carlos Villaseñor se distinguen por estar vinculados con temas ambientales en dos vertientes: los culturales que están relacionados con cuestiones ecológicas y los sociales que tienen que ver con las condiciones de vida de los habitantes del lugar en donde se realizan.

La elección de los proyectos son reflejo del interés por la naturaleza que se remonta a su infancia, en la que acostumbraba viajar en periodos vacacionales acompañado de su hermana que actualmente es bióloga, a una reserva natural en Bolivia.

Descubrieron que conocían mejor un lugar si se integraban con la gente local. Para conseguir ese objetivo, utilizaban sus libros de primaria para reunir a los niños del pueblo o rancharía, sierra o selva a donde llegaban para enseñarles a leer o escribir:

Obtenían como resultado alojamiento y comida. Al mismo tiempo llegaron a comprender que sus paseos se volvieron particulares, ya que de la convivencia con la gente del lugar, aprendían las costumbres de la región, además sus habitantes les mostraban lugares, a los que un turista convencional no tiene acceso, por ejemplo explorar una cueva de murciélagos.

La continuación del relato tiene que ver con su etapa universitaria, en ese entonces Villaseñor recuerda conocer la mayoría del país.

La elección del diseño gráfico como profesión marca un hecho que sirve de referencia de cómo un individuo le va dando sentido a su vida a través de usar la lógica, ya que este diseñador tuvo la visión para cambiar de profesión de la biología por el diseño gráfico, al considerar que una formación enfocada a la comunicación visual era la herramienta que le facilitaría cumplir sus objetivos de estar relacionado con la naturaleza y los habitantes de los lugares en donde realizaría un proyecto.

Esta claridad de saber para qué estudiar diseño va marcando la dirección para integrar sus facultades como individuo y comunicador visual para integrarse a la sociedad y desarrollarse a nivel profesional. Para Villaseñor, un profesionista debe ser coherente consigo mismo entre lo que desea y finalmente realiza, por lo tanto no debe dividir el trabajo, la diversión, ni el descanso, incluso son necesarios para que el individuo consiga sus propósitos.

La última referencia antes de explicar el funcionamiento de sus proyectos está relacionada propiamente con el inicio de la manera en que comienza a elaborar proyectos en Morelia.

Procedente del D.F. su trabajo consistía en documentar gráficamente las pruebas de prototipos de aviones, en Uruapan y en Apatzingán, lugares que lo hacían pasar por Morelia Michoacan. Estos viajes lo van familiarizando con este estado, hasta que decide rentar con un grupo de amigos una casa para los fines de semana. Entre los motivos que lo llevan a cambiar de residencia se encuentran la crisis

económica que sufrió nuestro país en 1985 y la burocratización del trabajo. A su llegada a Morelia se integra a la escuela Michoacana de Diseño.

Pero cuando asiste a una obra de teatro que le parece relevante, se propone por cuenta personal elaborar la identidad gráfica y el material de promoción de la compañía teatral. Mediante una entrevista con los integrantes de la obra, Villaseñor expone los beneficios de reforzar su actividad profesional con el apoyo de medios visuales, en esta presentación incluye la propuesta para generar fondos para hacer autofinanciable el trabajo tanto de reproducción como del diseñador.

Posteriormente esta actividad lleva al Villaseñor a plantear a muchas empresas dulceras de Morelia, el cuidado de su imagen gráfica.

Durante la entrevista la frase *Romper prejuicios*, mencionada por el mismo diseñador, marca la pauta para comprender su trabajo personal. En un inicio resulta alentador, pero a la vez inquietante, observar que los proyectos los resuelve a través de planteamientos de comunicación, los cuales consiguen activar desde una persona hasta una comunidad para mejorar su entorno, generando al mismo tiempo fuentes de empleo.

Lo interesante de esta propuesta de trabajo, es identificar como el diseñador involucra a comunidades que usualmente no son consideradas como el público usuario o consumidor del diseño, para convertirlos en el motivo del proyecto y hacerlos colaboradores del mismo.

Pero todavía llama más la atención la claridad que tiene el autor para generar proyectos y conseguir en la mayoría de los casos, resultados favorables es decir, que sean producidos y beneficien a la comunidad que se dirige el proyecto.

Entre las aportaciones para la tesis se encuentra el uso de la metodología implementada al diseño, concretamente en el planteamiento del problema, práctica que, de ser bien realizada, ofrece la solución del problema.

El origen de la metodología se debe al proyecto de la conservación de la tortuga marina que realizó junto con tres colaboradores, inquietud que los llevó a solicitar el apoyo del Fondo Mundial para la conservación de la Vida Silvestre, como Carlos Villaseñor era el responsable de la propuesta fué llamado por dicha organización, y le comunicaron que les resultaba interesante pero no era clara la fundamentación del proyecto, más bien parecía que deseaba el apoyo para formar una empresa.

El resultado de esta experiencia fué obtener una beca del Consejo Británico otorgada por el Fondo Mexicano para la Naturaleza (FMCN) para los cursos con desarrolladores de la metodología para el Banco Mundial, los cuáles se llevaron a cabo en diferentes secciones durante un año.

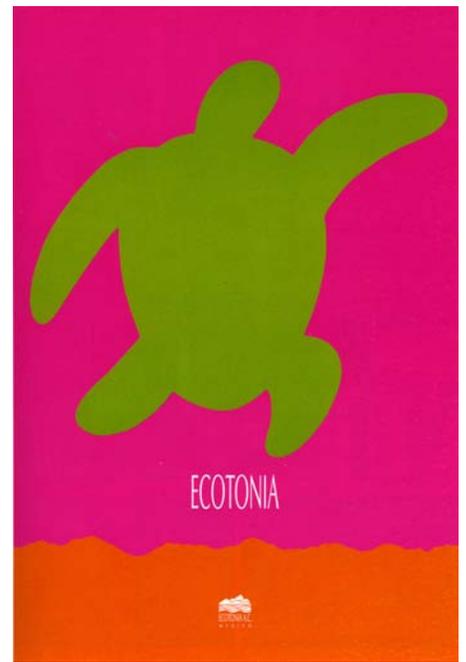


Figura 128 Diseño Carlos Villaseñor

El aprendizaje del curso le permitió comprender que en la metodología hay que hacer un análisis de problemas, señalando que muchos proyectos fallan por la forma en que se plantean ya que en lugar de resolver de raíz un problema, es decir la causa que lo provoca, atienden la consecuencia.

¿En qué consiste la metodología?

“Muchas metodologías sociales rechazan el análisis de la realidad a partir de problemas porque consideran que parte de una actitud negativa.

Todos los problemas son negativos pero es lo que te da la pista de encadenarlos, cuando lo haces es una herramienta muy básica que se llama árbol de problemas que sirve para relacionar los problemas en función de causas y consecuencias de problema a problema, es decir, tú relacionas si es causa o es consecuencia de otro.

Tú vas relacionando los problemas y si no hay ninguna relación causal, es que hay otra rama del árbol.

Entonces tienes que encontrar que todos los problemas se acaban reuniendo en una sola rama.

Cuando tú empiezas a encadenar problemas, te vas a dar cuenta que cada grupo de problemas representa proyectos específicos y que un proyecto micro es un insumo legado de otro proyecto, y ese insumo, de otro, y ese es el objeto del proyecto, el chiste es ubicarlos.

Cuando tú haces estas ramas te vas a dar cuenta que las ramas laterales de un proyecto de diseño son los argumentos que constituyen el diseño. Y lo que esta arriba del proyecto que es lo que en el ámbito empresarial le llaman la visión y las motivaciones que le dan sentido al proyecto.”⁶⁴

¿Cómo implementas la metodología en un proyecto de diseño gráfico?

“Mediante un sistema que implementé con el nombre de carpetas de proyecto, que son herramientas clave en la realización de proyectos.

Yo no soy la persona que negocia, pero doy a la gente la herramienta para negociar y no es lo mismo que te sientes y platicas a que llegues con un proyecto ejecutivo y concreto, que describa cuánto, cómo y por qué voy a hacer el proyecto, siempre bien definido.

En la carpeta de proyectos, no hay un número de páginas, lo determina lo que vaya requiriendo cada caso. Tienen una cosa en común, son elásticos, algunas personas no tienen una cosa, otras le van poniendo lo que vayan necesitando para negociar.

Lo más conciso a veces son 2 páginas. y a veces me implica un día de trabajo para redactar y plantear su desarrollo para que se entienda que es el proyecto y cuáles son los requerimientos para su elaboración.

Por ejemplo, un día platico con un cliente y se le ocurre algo, lo primero que se hace es un proyecto, es darle una identidad a la idea y decir de qué se trata y con eso hay que moverse por lo que se tenga que conseguir.

Tres amigas, una antropóloga, una historiadora y una arqueóloga del INHA hicieron un estudio histórico sobre el uso de los recursos naturales de la cuenca de Pátzcuaro.

Les hice una carpeta que consistía en la investigación con unos bocetos de cómo podía ser la exposición, conseguí el apoyo de la ONU, fue una chamba de dos años y se hizo la exposición. Vas moviéndote por una serie de contactos, uno te lleva a otro y a otro.”⁶⁵

¿Cómo se financian los proyectos?

Yo juego el rol del diseñador y difusor del proyecto. Todo esto le da fuerza al proyecto y además lo puedes capitalizar, o a veces necesitas dinero para hacer la difusión.

Todos los proyectos ocupan recursos pero casi ninguno está condicionado para conseguirlos previamente. más bien conseguir los recursos para el propio proyecto es parte fundamental en este rollo metodológico y de planeación.

He realizado folletos para presentar un proyecto y eso te abre puertas. Ahora quien contratas para hacer el proyecto (generas chamba) y a veces hasta para más.

Yo genero algo como una bola de nieve.. El proyecto va creciendo, cuando llegas a negociar con el que sigue el proyecto ya no es igual que el primero y vas consiguiendo más cosas. En ocasiones los apoyos son en especie.”⁶⁶

Como parte del sistema de su trabajo Villaseñor cuenta con hojas de control en la cuales han llegado a generar hasta 70 proyectos al mismo tiempo, unos en etapa inicial y otros en su realización final, en algunos casos diseña, el folleto, cartel, hasta resolver proyectos complejos que requieren años.

Esta referencia del trabajo de este diseñador, constata que la realización de proyectos personales se pueden implementar como un sistema de producción constante. Entre varios proyectos de este autor se eligieron dos proyectos para mostrar la versatilidad e implementación de la metodología que utiliza al plantearse proyectos personales:

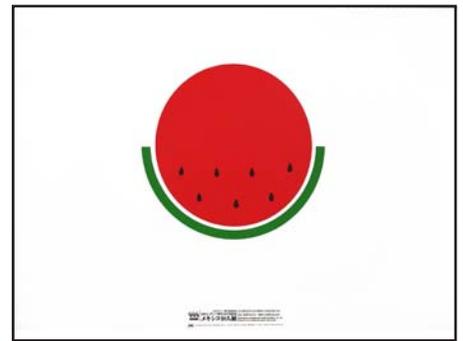


Figura 129 Cartel con motivo del centenario de la inmigración japonesa a México, diseño Carlos Villaseñor

⁶⁵ Ídem.

⁶⁶ Ídem.

3.3.2.1 Libros Infantiles

Carlos Villaseñor

Proyecto Socio - Político

El interés por involucrarse en proyectos vinculados con la naturaleza, llevó a este diseñador a integrarse a un grupo de trabajo conformado por cuatro especialistas para encontrar la manera de intervenir en la formación de los niños e inculcar la cultura ambiental.

El planteamiento del problema incluye al maestro de primaria, partiendo de su importancia por ser el individuo que imparte la educación y quien por otro lado, desconoce el tema.

La propuesta para resolver este problema consistió en elaborar un libro que enseñará los temas de forma lúdica y al mismo tiempo incluyera toda la aplicación de la justificación pedagógica, es decir los objetivos, las habilidades y sugerencias de cómo aplicar las prácticas mediante un manual pensado para que funcione sin el maestro.

Uno de los principales inconvenientes para su realización era que el sindicato oficial había estado peleando quitar contenidos a la currícula de la primaria y ahora con esta propuesta les sumarían otras.

La funcionalidad del proyecto personal parte de su capacidad para resolver problemas. Para conseguir la colaboración del sindicato, el libro integra las lecciones de matemáticas, español y geografía para hacer un sustituto del libro integrado, el cuál tenía muchas quejas por parte de los profesores por su poca utilidad.

Los mismos contenidos se presentaron incluyeron la dimensión ambiental, y estan relacionados con currícula de la primaria. No se aumento ni una sola letra a la currícula de la SEP, con la misma se integraron los contenidos del libro con una perfil o dimensión ambiental. Todos los contenidos como por ejemplo "Paco el Chato" que es un personaje de los libros de texto con el que los niños se identifican en primer año.

El uso del color sirve de guía al maestro ya que corresponde el contenido del libro (integrado) con la práctica del tema ambiental.

Este detalle particular representa la funcionalidad de la propuesta del libro, ya que tuvo el acierto de adaptar todos sus contenidos de tal forma que correspondieran con los contenidos de los otros libros oficiales del curso.

La estructura metodológica, pedagógica y visual del libro, es de autoría del grupo de especialistas. El trabajo llevó 5 años de realización para llegar a ser uno de los libros oficiales de primaria, contó con la colaboración de 40 personas, con la participaron 500 maestros, se hicieron talleres por cada ejercicio, en todo el estado de Michoacán a todos los niveles, todos los ejercicios se hicieron y se retroalimentaron y se corrigieron antes de hacer el libro.

Además los libros están regionalizados, porque la realidad de un niño de la costa, no tiene nada que ver con la realidad de un niño de Morelia. Lo que un niño le llama árbol, un niño de tierra caliente le llama palo.

¿Qué tenemos y cómo lo usamos? Bloque 1 • Lección 4

AGUACATE
Michoacán es el principal productor y exportador de aguacate en el mundo. Los principales municipios productores de aguacate son: Ario de Rosales, Coahu, Los Reyes, Peribán, Tlalaverde.

COCO
Las palmeras cocoteras se cultivan en la costa y se procesa la fibra de la cáscara del coco en Ciudad Lázaro Cárdenas y en Uruapan.

MADERA
Se obtiene de los árboles de las zonas altas boscosas del estado. Se utiliza en la fabricación de muebles, tablas, columnas labradas para la construcción.

LIMÓN
Se cultiva en Tierra Caliente. Michoacán se encuentra en segundo lugar nacional de productores de limón.

GUAYABA
La guayaba se come fresca, pero también se usa en la preparación de jugo comercial, así, sorbetes y dulces.

MEMBRILLO
En Michoacán el membrillo se cultiva en la Sierra de Ezequiel Hernández. Tradicionalmente, generalmente asociado con panes y churros. Esta fruta se muy ácida, por lo que

El se hace guacamole. También se obtiene aceite de aguacate que se usa para cosméticos.

La fruta se consume fresca o se procesa para obtener aceite de coco. Con la cáscara de coco, más conocida como fibra de coco o cogote, se fabrican muñecas y pelotas para auto.

De los árboles también se obtienen nueces y la pulpa para la fabricación del papel.

Michoacán tiene el segundo lugar nacional de producción de cyamel y anísico.

El limón se consume fresco o se procesa para obtener aceite esencial.

Se usa como base en la preparación de salsas, jaleas y mermeladas de membrillo y otras frutas por su alto contenido de pectina que les da consistencia.

De los álces se obtiene, como producto secundario, los sarrochitos. También se elabora licor de membrillo.

¿De dónde vienen y a dónde van?

1 LECCIÓN

Completa la secuencia

14 LECCIÓN

Reglas de carreteras

4. Con color café traza una ruta carretera desde el círculo verde hasta la capital de Sonora.

5. Del círculo verde traza con amarillo un camino hasta la capital del estado de Coahuila.

Hermosillo
Saltillo

1. Localiza la ciudad michoacana más cercana a tu localidad y marca con un círculo verde.

2. Una color azul para marcar una ruta carretera desde el punto que marcaste con verde hasta la capital de Chihuahua, que es Chihuahua.

3. Nuevamente, desde el círculo verde, marca con rojo una ruta carretera a la capital de Nuevo León, que es Monterrey.

Verifica en el mapa de carreteras del Atlas de México cuáles de las carreteras que trazaste son principales y cuáles son de cuota.

Sistemas modificados BLOQUE 1 LECCIÓN 2

c) Compartan sus respuestas con otros equipos e intercambien puntos de vista. ¿A qué conclusión llegan después de terminar este ejercicio? Escriban su conclusión aquí. * Esta conclusión te va a servir en la Lección 5

Algo que produce tu comunidad que sale a otros lugares

Ecosistemas michoacanos

Los ecosistemas Michoacanos tienen características que ofrecen las condiciones que muchas especies migratorias necesitan para refugiarse durante el invierno o para reproducirse y lo que muchas especies residentes necesitan para vivir. De esta manera son parte de la biodiversidad del país, de América y del mundo. Varias especies de aves que se reproducen en Canadá y Estados Unidos, pasan el invierno en tierras Michoacanas lo que les permite sobrevivir para migrar nuevamente a las tierras del norte a reproducirse.

Tres de las siete especies de tortugas marinas que arriban a costas mexicanas llegan a reproducirse a Michoacán.

La mariposa Monarca hiberna en territorio michoacano, después de un largo viaje que inicia en territorios canadienses.

Todas estas especies son migratorias para ellas no existen fronteras, sólo ecosistemas en buenas condiciones que les permiten sobrevivir.

Los sistemas sociales creados por el hombre modifican a los sistemas naturales en los que se establecen. Para permitir que todas las especies puedan seguir sobreviviendo, tendríamos que conocerlos bien y adaptarnos a ellos para asegurar el bienestar de ambos. Una forma de aprovechamiento respetuoso es la permacultura.



Algo que llega a tu comunidad de otros lugares




PÁGINA 19

3.3.2.2 Casa del Volcán

Carlos Villaseñor
Proyecto Socio - Político

La idea surgió de manera espontánea, ya que usualmente Villaseñor organiza cinco paseos al año, con grupos nacionales y de todo el mundo, para visitar las comunidades en donde realiza actividades de su escuela, como lo es la creación de talleres de serigrafía para que la gente de comunidades marginales se autoemplee.

En una ocasión dos mujeres visitantes solicitaron ir al baño, el cual estaba muy sucio y era motivo de vergüenza para las mismas mujeres del lugar. El problema en ese momento se resolvió desplazándose a una gasolinera.

Este suceso provocó en el diseñador generar un proyecto, gracias a identificar un problema que se relacionaba tanto a los habitantes como con los visitantes del lugar.

El planteamiento partió con el diseño del Centro de Visitantes, para mejorar las condiciones del lugar. La idea se complementa en el aspecto de la convivencia entre habitantes y visitantes. Por un lado, la gente de la comunidad realiza sus actividades de forma cotidiana haciendo lo que saben y a los visitantes les parece una experiencia asombrosa incorporarse a la comunidad por otra parte es más económica la forma de viajar y aprenden lo que ningún turista: la cultura a través de su gente.

Finalmente el Proyecto se concibió para diseñar un paseo en donde los turistas se hospedan en un centro de visitantes para integrarse con los habitantes de la comunidad y convivir mediante sus actividades cotidianas.

Las funciones adicionales del diseñador consisten en cobrar a los visitantes y pagar a la gente de la comunidad por cada actividad que realizan como parte del trabajo, arma un programa para darle el enfoque a las actividades, previniendo qué tan dispuestos vienen los turistas a trabajar; hay gente que se ha quedado desde una semana, hasta tres y cuatro meses.



Figura 131 *La participación de los visitantes en los proyectos forma parte de su integración con la comunidad*

*“¿Por qué pagar por trabajar? Ahí el diseño tiene mucho que ver, porque comunicas de una manera específica, es como se los vendes. Antes yo hacía los paseos por los caminos, ahora se van de casa en casa de un poblador a otro por los maizales, en la lluvia, por el lodo, y para los visitantes esto representa una “aventura”.*⁶⁷

No hay grupo que no se vaya diciendo que fue una de las mejores experiencias de su vida y esto es posible gracias a que supieron previamente que venían a vivir una experiencia así, de otra forma se irían molestos por no haber recibido un “servicio” adecuado. Ese es un papel determinante de la comunicación.



Figura 132 *La convivencia entre los visitantes con los lugareños es el atractivo del tour*

El diseño se encarga de darle una presentación al proyecto: informar de los servicios y talleres, crear los objetos promocionales (prendas, tazas, cuadernos) con diseños fáciles de reproducir. Por su parte los alumnos de Villaseñor contribuyen con la promoción por medio de la web.

Villaseñor junto con los lugareños se dieron cuenta que recibir a la gente era un negocio, la valía del paseo está en la experiencia que se tiene al convertirse en una paseante activo. En lugar de pagar un hotel, esta opción ofrece integrarse directamente a la comunidad para posteriormente pasear a lugares como Guanajuato y a Morelia.

Las actividades son flexibles ya que se adecuan a las circunstancias que se van presentando. Por ejemplo, una habitante no tiene casa entonces se programa realizar su casa y todos contribuyen tanto la gente del lugar como los turistas. En otra ocasión no había peces en los estanques de cría, entonces se convierte en su alberca, y se instalan tiendas de campaña.

Finalmente dentro de las actividades de cada paseo se contempla que el visitante imparta clases de su idioma a la comunidad, lo que ha propiciado visitas de mexicanos al extranjero.



Figura 135 El resultado de los proyectos de este autor van desde lo gráfico hasta construcciones que benefician la calidad de vida de la comunidad que se hace partícipe del proyecto



Figura 133 Carlos Villaseñor mostrando el procedimiento de serigrafía.



Figura 134 La impresión de playeras y tazas en serigrafía son los recuerdos más representativos del lugar

3.4.1 Gustavo Amézaga Heiras

Para comprender los motivos que han llevado a este diseñador producir libros infantiles, su infancia proporciona el primer referente para asociar sus intereses personales con los retos profesionales que se impone.

Nace en Tijuana en donde vive hasta la adolescencia para posteriormente estudiar la Licenciatura en Diseño Gráfico en San Luis Potosí. Durante su juventud retroalimenta la atracción por la herencia cultural de nuestro país, concretamente la del siglo XIX. Esta razón explica el aprecio que tiene por la Ciudad de México, el acervo cultural de sus museos y lugares históricos.

Su afición lo ha llevado a conformar una extensa colección de grabados de esta época. También hace comprensible su traslado a esta ciudad para estudiar la Maestría en la Academia de San Carlos.

La transición de la formación académica a la práctica profesional, se produce cuando comienza a diseñar carteles para la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Amézaga contribuyó con su desempeño en la difusión eficiente de las actividades culturales de la facultad.

Él recuerda haber trabajado año y medio con una fotocopidora blanco y negro para reproducir carteles en formato tabloide. La demanda de trabajo era demasiada hasta llegar a producir doce carteles en una semana.

Sus carteles promocionaban conferencias, coloquios, obras de teatro, lecturas etc. en donde se abordaban temas del siglo XIX.

El tipo de solución que implementó lo llevó a desarrollar un estilo a través del collage conformado por grabados.

El diseñador siente haber ganado respeto, cuando la dirección de la Facultad decide imprimir sus carteles en serigrafía en formato 70 x 95 cms. ampliando el tiraje para la difusión interna y externa de Ciudad Universitaria, por ejemplo en el Instituto Mora y en la Ibero.

Después de consolidar una propuesta exitosa en el diseño de carteles que se aprecia por la ampliación de solicitudes de diferentes instituciones culturales y conseguir pertenecer a las exposiciones de concursos internacionales de cartel.

El origen del diseño de sus libros se debe a la necesidad del diseñador de plantearse nuevos retos profesionales para continuar sorprenderse a través de la disciplina. Un anecdotia que impulso a gestar esta inquietud es la revisión de los textos de un libro para ilustrarlo, en donde a su juicio eran deficientes, pero terminan de alentarlos para asumir el reto de concebir la idea de escribir un libro y producirlo.

La producción de libros, le sirve a Amézaga para dar cauce a temas que conoce y le apasionan, seguir investigando acerca de la vida cotidiana del siglo XIX. Durante su planeación se impone publicar imágenes que son inéditas para que resulten sorprendidas tanto para un público especializado como iniciado en el tema.

También se propone, que cada libro sea un producto con imágenes, con soluciones formales acorde al texto, con la satisfacción de compartir la cultura por medio de un texto histórico de México del siglo XIX.

Al mismo tiempo la realización de cada uno de ellos, ha permitido al diseñador reafirmar su gusto de ser coleccionista de antigüedades, al encontrar continuamente coincidencias entre las historias que crea en los libros con la historia misma del objeto que lo ilustra.

*“Más que escritor me siento comunicador de ideas, de cosas que a lo mejor los niños no saben y que considero conveniente que sepan. Tengo la contraventaja en cuanto a la información que está el internet, los interactivos; los medios audiovisuales son más interesantes para un niño que un libro. Entonces es parte del reto, los libros van a ir a las bibliotecas escolares de toda la república en donde se va a fomentar la lectura y ojalá que los lean y se les quede algo”.*⁶⁸

El acercamiento al ámbito del diseño hace comprensible el desarrollo de la disciplina por medio de sus autores más sobresalientes, al mismo tiempo permite identificar coincidencias entre el trabajo de diseñadores, técnicas o ideológicas en las que se reafirman las funciones del comunicador gráfico, pero así como hay similitudes, también es necesario señalar que de forma natural el desempeño individual, permea la disciplina, otorgando versatilidad a la mismas aplicaciones de la profesión.

La aportación individual de cada productor de proyectos personales contribuye a establecer un panorama más completo de todas las funciones y variantes que mantienen vigente el trabajo del diseñador en el medio profesional.

Con la edición de libros planeados hacia un público infantil, Gustavo Amézaga aborda temas que él plantea, al mismo tiempo investiga hasta determinar la iconografía correspondiente para cumplir sus retos como ilustrador.

Cada publicación estimula su proceso creativo que se adapta a las circunstancias y requerimientos que van surgiendo durante su realización, pero también aportan la renovación de ideas e inquietudes por alcanzar nuevas soluciones para abordar un tema hasta representarlo gráficamente.

Cumplir sus expectativas en la producción de libros, implicó para Amézaga forma la editorial *Linterna Mágica*. Considerada por él, un orgullo, por estar in-

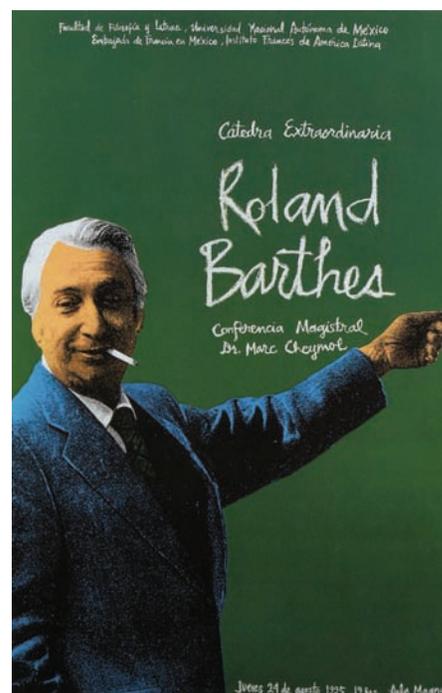


Figura 136 Los temas de sus carteles se enfocan en difundir actividades culturales

⁶⁸ Entrevista a Gustavo Amézaga, México, D.F., Diciembre 2009

tegrada por personas cercanas que han demostrado el apego a los libros, por el cuidado y contribuciones con su trabajo.

Las funciones de cada colaborador están bien definidas. Empezando por los tres correctores de estilo, todos participan para evitar errores ortográficos, con la revisión de uno se corrige lo que se le pudo pasar a otro. Entre los integrantes cuenta con un historiador con conocimientos de gramática.

Desde el inicio, con el proyecto de editar libros, Amezága tuvo claro que la tarea de diseñar estaría encomendada a otros colegas para buscar ser sorprendido como parte del proceso. Cuenta con dos diseñadores a quienes les designa un proyecto de manera individual.

La labor de editor ha implicado establecer juntas de trabajo con cada colaborador para retroalimentarse mutuamente de la idea del proyecto, hasta concretar una propuesta definitiva.

Para reproducir sus libros, el diseñador contempló ofertarlos a la SEP, por medio del Conaliteg (Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito), dependencia que publica la *Colección de Libros del Rincón* mediante una convocatoria nacional.

La SEP para conformar su biblioteca, edita la *Colección Libros del Rincón* que consta de varias categorías: literatura de ficción, informativa, documental e histórica entre otras.

Esta convocatoria está dirigida a casas editoriales, para que envíen todos los libros de nivel primaria y secundaria ya editados para buscar su reproducción por medio de esta convocatoria.

Los libros seleccionados pasan por tres filtros; el primero es un comité conformado por pedagogos, padres de familia, maestros, editores y personal de la SEP. Para preseleccionar los libros se consideran su calidad en los textos y en las imágenes.

De este filtro se eligen aproximadamente doscientos libros de quince mil participantes. Posteriormente, preseleccionan tres libros para pedirles a los autores que lleguen a estas instancias la cantidad de cuarenta maquetas impresas para que se distribuyan en las 32 entidades federativas.

Finalmente el libro más votado mediante el censo de cada comité estatal, obtiene un primer lugar nacional que es el seleccionado para publicarse en el año de la convocatoria.

El inicio del libro, Amézaga parte de una idea original, en la que concilia sus intereses para sentirse motivado en realizarlo, considerando también los parámetros que requiere la SEP en su edición de libros. Sus temas coinciden en difundir pasajes de la historia de México en el siglo XIX.

Para Amézaga la experiencia como diseñador es empleada para anticiparse en seleccionar el tema y definir la forma de abordarlo. Buscando realizar publicaciones que no han sido antes publicadas.

La cualidad constante de sus libros, es el detalle que presentan al integrar la investigación que respalda la historia que describe el libro, utilizando los términos acordes con el tema y la época. También son relevantes las ambientaciones que crea ya sea por medio de antigüedades, objetos creados como parte de la escenografía, el uso del grabado entre otros. Que en conjunto hacen interesante identificar todos los elementos que conforman el libro.

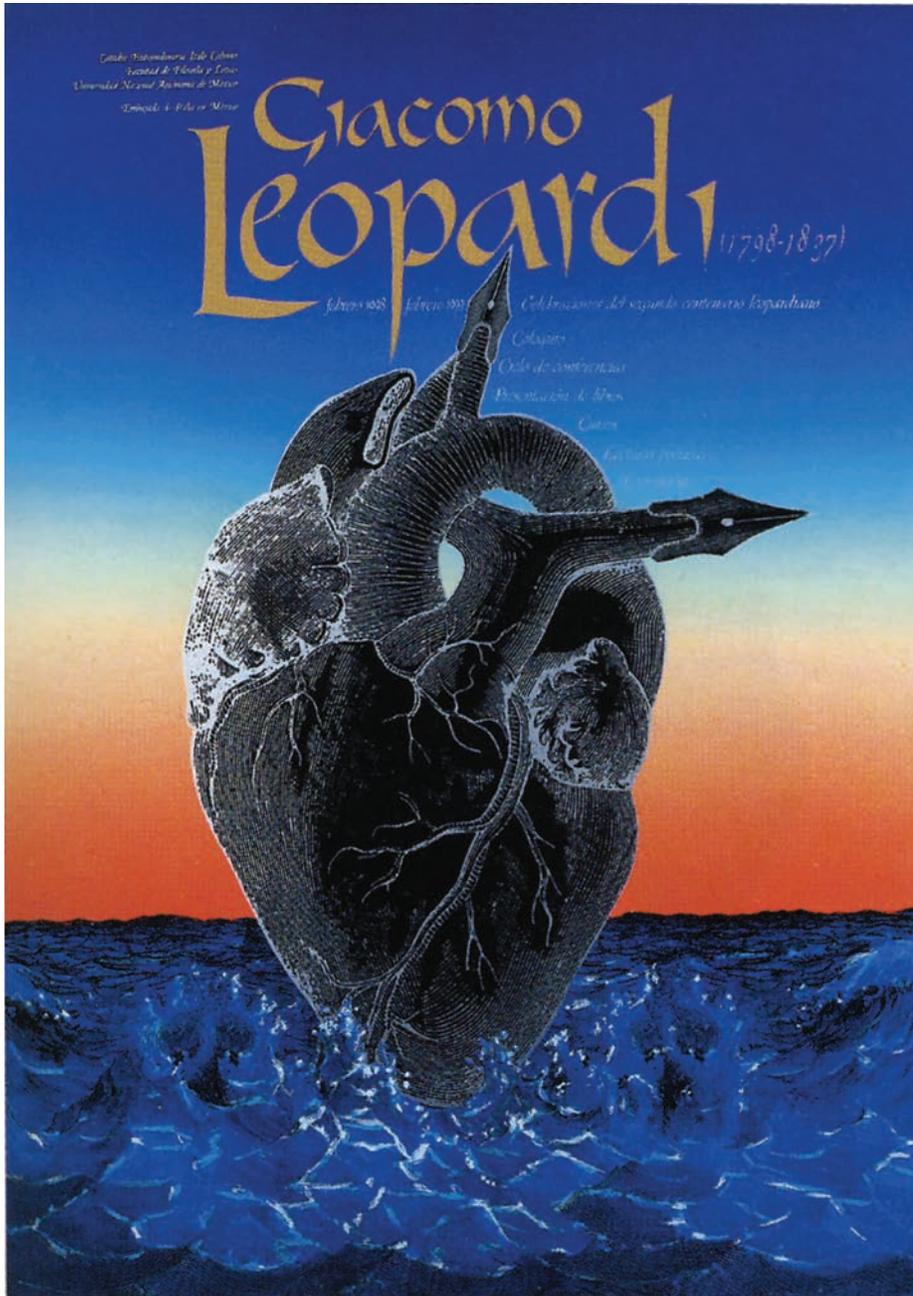


Figura 137 Varios de sus trabajos han sido seleccionados en diferentes Bienales de Carteles

3.4.1.1 El álbum de recuerdos de Fernando María Rubio

un niño mexicano del siglo XIX

Gustavo Amézaga Heiras
Proyecto Editor

Es un libro de ficción de un niño que realmente vivió entre la época de 1860 a 1870.

La idea de este proyecto inició a partir de un lote de fotografías de esa época, en donde era común poner dedicatorias. A partir de este anécdota, Amézaga se plantea el reto de generar la historia, como un pretexto para explicar como era el contexto en que se vivía en esa época. Al mismo tiempo es un recurso del editor por compartir nuestra cultura a través de su historia.



Figura 138 Primer libro publicado mediante la convocatoria de Libros del Rincón en el año 2006

Con la información de las fotografías, él autor, construye la historia del personaje mediante las dedicatorias, gracias a ellas se entiende que el personaje tenía cuatro hermanos, también hace evidente que tenía una vida social activa, debido a que conoció a Porfirio Díaz y celebridades de la época.

“El libro de Fernando María es un álbum de recuerdos, sirve para responder ¿Cómo era la vida de un niño de esa época? en ese sentido es nostálgico, sin precisar si tiene 17 años cuando lo cuenta, o es un adolescente o es un adulto, él recuerda nada más”.⁶⁹

Este libro fue seleccionado para pertenecer a la colección Libros del Rincón, que se distinguen por ser de distribución gratuita y sólo se pueden encontrar en las bibliotecas públicas incluyendo las primarias de todo el país.

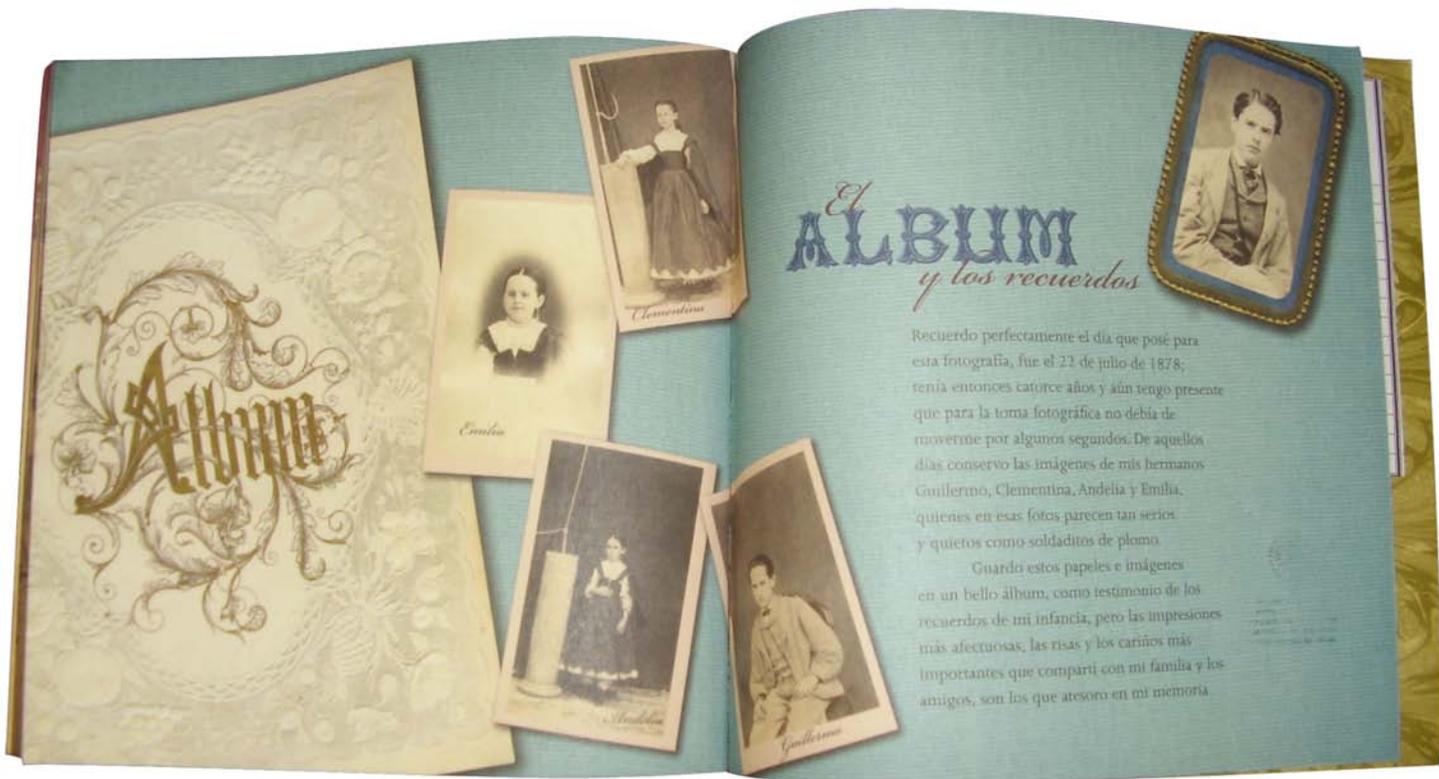


Figura 139 La fuente principal de los títulos se digitalizó para armar manualmente las palabras

El hecho de pertenecer a esta colección a través de su convocatoria nacional, demuestra que los proyectos producidos por el diseñador, cumplen funciones más allá de satisfacer personalmente a su autor, en este caso responden a necesidades de una institución al cubrir las expectativas de abordar temas de interés y conseguir ser comprensibles al público que entra en contacto con ellos.



Figura 140 Interiores del libro

El libro tiene varios pasajes, el primero de ellos se refiere al álbum propiamente dicho, aparece una fotografía de Fernando María, y un texto que sirve para dar sentido a las imágenes y temas del contenido del libro argumentando el valor de papeles e imágenes como testimonio de los recuerdos de su infancia.

Posteriormente aparece su familia, el *Presidente Juárez* en dónde se habla de la situación social del país, la *Alameda Central*, *Vendedores Callejeros*, el *teatro de títeres*, continuando con el tema *Leer y escribir*, *el dibujo*, *Los libros*, *El álbum de estampas*, *los juegos*, *los cuentos*, *el viaje en tren* y *la fotografía*.

En cada uno de estos pasajes, utiliza al niño como hilo conductor para ilustrar y describir concretamente el contexto y las costumbres de la época.

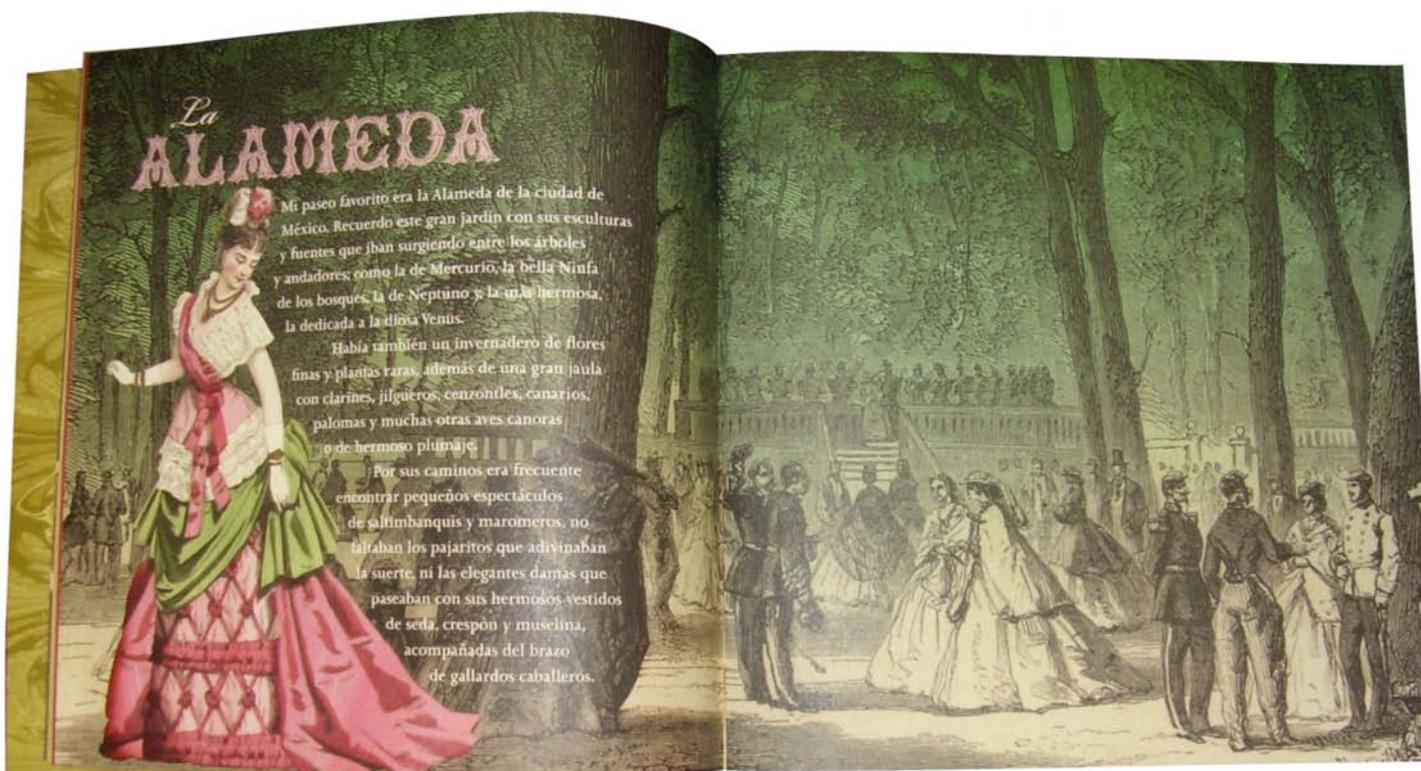


Figura 141 El manejo de color resalta los detalles de las imágenes y revitaliza los grabados

3.4.1.2 La compañía Nacional de Títeres ROSETE ARANDA

Gustavo Amézaga Heiras

Proyecto Editor

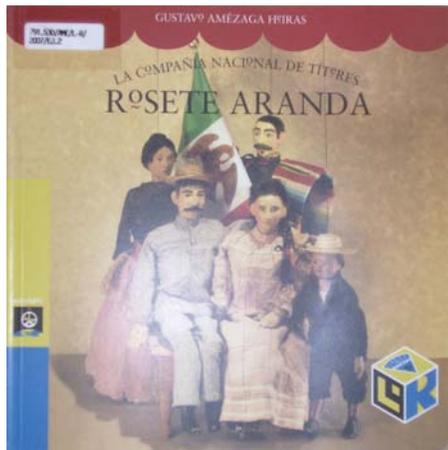


Figura 142 Las Marionetas del Museo Nacional de Títeres de Huamantla fueron prestadas para la elaboración del libro

Afectivamente el libro tiene la idea de rendir un homenaje a la familia Rebolledo, pilar de ésta tradición por más de cuarenta años.

Los textos van explicando de manera coherente la conformación de la compañía de títeres, inicia con *El matrimonio* entre Antonio Rosete poblano con el interés en el oficio de manipular títeres y la Joven María de la Luz Aranda, pareja que tiene cinco hijos. La vida de esta familia transcurre detras los escenarios, hecho que los hace aprender todo lo concierne en el manejo y presentación de los títeres.

Continuando con *Los inicios de la compañía* en donde hacen referencia del teatro viejo de Huamantla como el teatro en que se presentaba la compañía, conforme van adquiriendo fama, los lleva a fiestas populares en diferentes ciudades, sin importan la forma de trasladarse; tren, carruaje, caballo o burro, incluso a pie.

Los textos de *La Compañía Rosete Aranda*, aclara que sus integrantes, familia y colaboradores eran muy versátiles, lo mismo tallaban un muñeco de madera, escribían el libreto, tocaban instrumentos, pintaban telones, cosían la ropa de los títeres, daban voz a los personajes hasta elaborar el mobiliario.

En siguiente apartado, *Funciones de los miembros de la compañía* describe cada actividad del personal de la compañía; escultor, costurera, movilista o



Figura 143 Los elementos que conforman los decorados corresponden con la época que representa la escena

manipulador de los escenarios, el repetidor que debía declamar, orquesta de músicos, cantastes, tramoyista, utileros, iluminador y electricista.

Además del contenido textual, el libro es muy visual debido a que presenta fotografías de las marionetas. Cada toma implicó generar un decorado particular por escena con objetos reales acordes con el tema.

La solución formal demuestra que el editor resuelve el diseño del libro, interesado en resaltar las cualidades que presenta el mismo proyecto, guiado con la intención de transmitir la esencia del tema. Amézaga tuvo que conseguir el préstamo de las marionetas del Museo de Huamantla, trasladar al fotógrafo Bernardo Arce quién junto con colaboradores decidieron iluminar a través de espejos.

La toma fue planeada a doble página, en donde ya estaba previamente visualizado el lugar de los textos, integrándose a la marioneta y escenografía. Las posiciones de las marionetas junto con todos los elementos que aparecen en la toma fueron decisión de Amézaga.

La correspondencia que tienen los objetos que ilustran los textos con la argumentación histórica que evoca fielmente las costumbres de la época se establece junto con los temas relacionados con México en el siglo XIX.

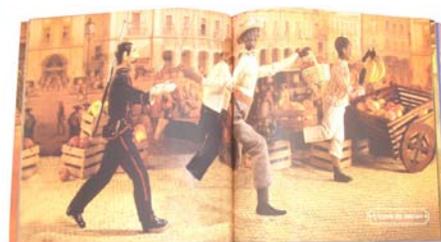


Figura 144 Tradicionalmente las marionetas han servido para representar simbólicamente historias cuentos y leyendas del pueblo

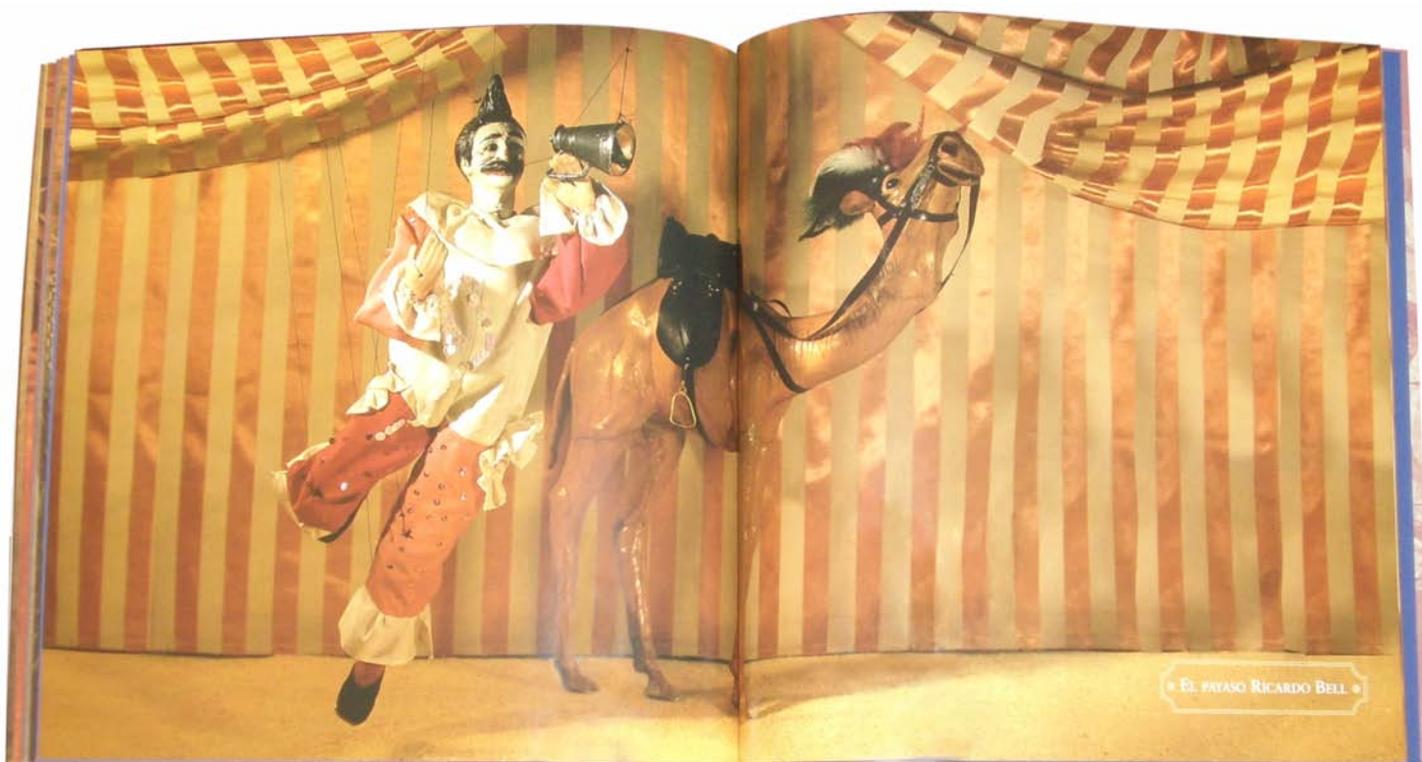


Figura 145 El payaso Ricardo Bell ejemplifica la intención del autor por emparentar sus publicaciones mediante la aparición de personajes en diferentes libros

3.4.1.3 El Diario de Anita Osio Cordero

Gustavo Amézaga Heiras

Proyecto Editor

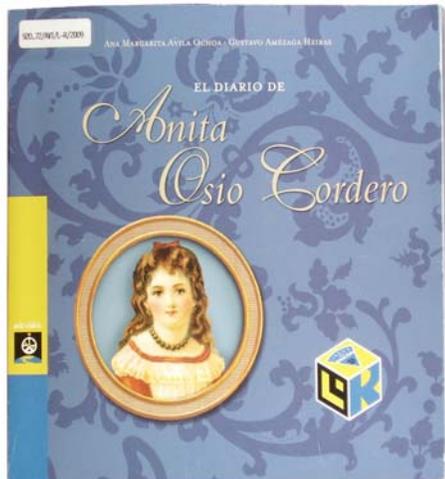


Figura 146 El libro inicia el 1° de enero fecha del cumpleaños de Anita y termina el 31 de diciembre. Es un año de escritura a manera de diario de lo que la niña hace en 1899

Este libro tiene la particularidad de haberse realizado en coautoría con Ana Margarita Ávila Ochoa. Parte de su vida esta incluida en la historia del personaje, con el propósito de hacerla más humano.

“El Diario de Anita es un cuento histórico de una niña mexicana de doce años de edad que relata su vida en el año 1899”.⁷⁰ Con el recorrido del libro se va contando la transición de niña a adolescente, paralelamente a la historia de Anita, el libro se encarga de contar el cambio de siglo.

Este libro se sitúa en la época del Porfiriato desde 1877 a 1911 que marcan el inicio y el final de su gobierno. El relato se enfoca en las tradiciones y descubrimientos tecnológicos.

Comienza con descubrimiento de una caja del tiempo que es desterrada en Tacubaya y contiene entre otros objetos valiosos el Diario de Anita.

“La niña representa en sí mismo el cambio, le van pasando muchas cosas, va cambiando de casa, cambia de niña a adolescente, cambia de escuela, viene a vivir a México y cambia de siglo finalmente. y la niña se plantea que va a pasar”.⁷¹

Los relatos presentan costumbres de la época, por ejemplo el comprar una cosa al mes y mostrar la importancia para la gente de esa época.



Figura 147 Interiores que muestran el diseño del libro



Figura 148 Caja del tiempo, es un cofre de madera en donde es enterrado

⁷⁰ Ídem.

⁷¹ Ídem.

Es la publicación más ambiciosa, con el mayor número de páginas que se ha desarrollado por Linterna Mágica, con la colaboración de Josefina Mac Gregor en los textos, José Luis Lugo en el diseño gráfico, Benjamín Tavera Gómez en la edición de textos, Claire Castillo Montenegro y Bernardo Arcos Mijailidis en la fotografía y repografía.

Los equipos de trabajo los integra el editor de acuerdo a los requerimientos que surgen por la misma complejidad del proyecto.

Este libro sitúa al lector en el contexto social y político de la nación, introducción que los lleva al tema específico. de brindar un panorama de la gestión y sucesos de la Revolución.

Su estructura se asocia a la de un catálogo, debido a la serie de grabados, ilustraciones, fotografías de objetos relacionados con los temas que se van abordando en cada apartado, por ejemplo en el de *La bella época mexicana* se plantea que el capital extranjero consiguió el establecimientos de industrias, al mismo la describe como una época productiva en la que se exporta cafe, tabaco, minerales y madera que repercuten en la riqueza inmediata de sus inversionistas. Expone que hay una influencia europea principalmente de Francia que permea en la arquitectura, la moda, la comida, música, pintura y la escultura.

La alternancia de los temas como; *La situación de los obreros campesinos*, *Los niños del Porfiriato*, *Las elecciones de 1910* entre otros, se presentan en dobles páginas confeccionadas individualmente por una serie de objetos e imágenes con su respectivos pies de foto y grabado, que van aportando información de cada uno de ellos.

A esta estructura, se complementa con el apartado dedicado a las *Biografías* el cual complementa y refuerza el dinamismo temático y visual del libro. Su contenido incluye las propuestas de los diferentes líderes y caudillos como Los hermanos Flores Magón, Francisco I. Madero, Emiliano Zapata.

En las páginas de estas personalidades de la historia se habla de cómo eran ellos, de su carácter, su temperamento de su forma de ser. El autor decidió hablar de la época del porfiriato, no la quería explicar a partir de la revolución.

Técnicamente todas las fotos originales de la revolución están en blanco y negro. El reto implicó virar las imágenes a todo color como si fueran impresos. En las combinaciones de color hay un cuidado para representar la época en que se produjeron.

3.4.1.4 Los Revolucionarios frente al Porfiriato

Gustavo Amézaga Heiras

Proyecto Editor

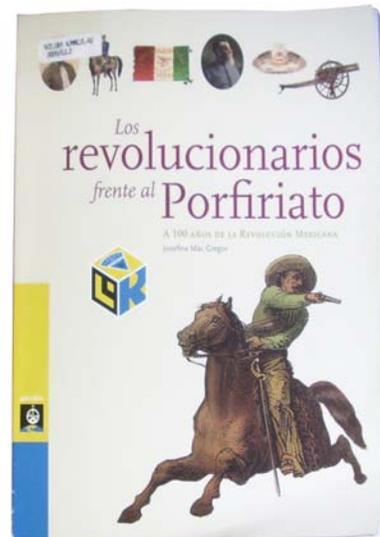


Figura 149 El autor conformó un equipo de cinco colaboradores para la realización de este libro



Figura 150 Sobresalen dos tipos de Interiores, una en forma de catálogo que contiene varios objetos y otra dedicada a biografías de personajes históricos

3.4.2 Rafael López Castro

Para este diseñador la actividad de hacer proyectos personales es parte de la disciplina de estar ejercitando la creatividad. El tiempo libre lo ocupa para satisfacer inquietudes que lo llevan a hacer homenajes o análisis a personajes que tuvieron trascendencia en nuestro país.

Estos proyectos también responden a su actitud de evitar como él dice "estar con las manos quietas porque salen telarañas al cerebro. *La actividad de diseñar siempre ocurre cuando aparece la idea, junto con la convicción de hacerla aunque no sea por encargo*".⁷²

Para López Castro el diseño gráfico sobre todo los proyectos que inicia por cuenta propia, se transforman en toda una experiencia de reflexión humana - social, porque como individuo no subdivide la parte profesional con la ciudadana.

Por eso consigue agregarle la función utilitaria al diseño, esta es una facultad de los autores que conforman el ámbito del diseño, en toda actividad que realizan tienen la capacidad de otorgarle trascendencia mediante su reflexión personal, a un proyecto, incluso los que elabora como un divertimento con la elaboración de bromas visuales que el mismo construye por ejemplo realizar un cartel de Hernán Cortes cortejando a la Malinche, para involucrarse en investigar manifestaciones culturales de nuestro país.

Entre los proyectos personales de este diseñador se encuentra la realización de carteles y la elaboración hasta el momento de cinco libros que se distinguen por abordar temas políticos y culturales, manteniendo una de las cualidades de su trabajo, resaltar los valores del país que conforman nuestra identidad.

La permanente elección de temas mexicanos tiene que ver además del orgullo por su cultura con el sentido crítico de este autor, que se manifiesta en su juicio por la falta de una política cultural implementada por el gobierno. El cuestionamiento de López Castro se refiere a la venta del país de una forma barata, que solo lo promueve como pieza de decoración, y descuida los significados que determinaron su origen, de esta forma provoca el desapego del individuo con sus tradiciones.

Su percepción en el diseño se convierte en una acción ciudadana, a través de un acto cultural que responde en observar un problema y reaccionar para contribuir en la solución, utilizando las facultades personales que en este caso es contribuir mediante la comunicación visual.

La creatividad es una facultad de todo ser humano, técnicamente el diccionario la define como la capacidad de crear. En publicidad el creativo pertenece a los miembros del Departamento de Arte que son los encargados de la visualización de la campaña y por ende, los responsables de la idea que es constituida por el texto y la imagen.

En el plano específico del diseño gráfico, esta cualidad se identifica, con la capacidad de su autor de encontrar referirse o representar mediante varias maneras a un mismo tema. Otra forma de atribuirle a un diseñador se debe a su capacidad para resolver un problema, a través de la generación de un mensaje que resalte las cualidades del contenido ya sea visuales o significativas que plantea el proyecto.

Actualmente el individuo tiene acceso a la información de manera más inmediata por los múltiples medios de comunicación que existen. Ante la cantidad de mensajes visuales que se producen, provoca que la imagen pierda contundencia, este hecho se puede apreciar con la reacción casi nula de la sociedad ante las noticias que se presentan día con día.

Debido a esta realidad, la creatividad prevalece como un factor que le proporciona vigencia a la actividad de comunicar visualmente, cualquier individuo puede hacer una imagen pero difícilmente hace relevante un mensaje.

Las características creativas del trabajo de Rafael López Castro se manifiestan en la trayectoria profesional, independientemente de la cantidad de libros y carteles que ha realizado, más bien en su capacidad de mantener un estándar de calidad de trabajo a través del criterio que considera al diseño como una opinión del suceso cultural que anuncia, como opinión obviamente de apoyo.

Entre varias asociaciones que distinguen su trabajo, en la parte cultural, significa ser proveedor de ideas. El cliente de proyectos culturales suele distinguirse por proporcionar un ambiente de mayor libertad al diseñador para sugerir propuestas para resolver un proyecto de diseño, este detalle corresponde con la responsabilidad de general un concepto original para representar el tema.

López Castro ha trascendido con su trabajo al establecer vínculos más allá de los profesionales con sus clientes poetas, pintores entre otros artistas, que más bien se convierten en sus amigos.

En su trabajo se convive lo profesional y personal, al mismo tiempo que se documenta y depura las imágenes de su propuesta, se siente retroalimentado por la información que surge de la convivencia con el tema y de quién solicita su servicios.

Con aprecio se refiere a que se desenvuelve en el ámbito cultural, además de demostrar que disfruta su trabajo, es conocedor de sus bondades. Hecho que ha lo llevado a manifestar con dos proyectos independientes que se refieren a homenajes a escritores latinoamericanos, en donde parte de su proceso invita a varios diseñadores de diferentes generaciones y procedencias a realizar un cartel conmemorativo como el natalicio de José Martí y Pablo Neruda.

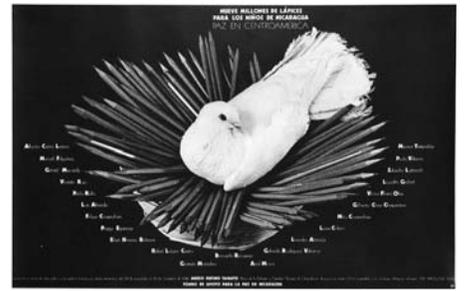


Figura 151 Diseño Rafael López Castro, 1988

Después de definir el tema, el proyecto inicia con la invitación de los diseñadores, mediante una reunión previa define y comunica los criterios de entrega del cartel, con la participación de amigos como Germán Montalvo, Luis Almeida entre otros, durante el proceso incluso ha reunido a los participantes para que un poeta lea y analice la obra de Neruda para documentar y propiciar el diálogo entre participantes.

En ambos proyectos consiguió la realización de dos exposiciones de los carteles la de José Martí en Aguascalientes en el 2003 y la de Pablo Neruda en Puebla en 2005.

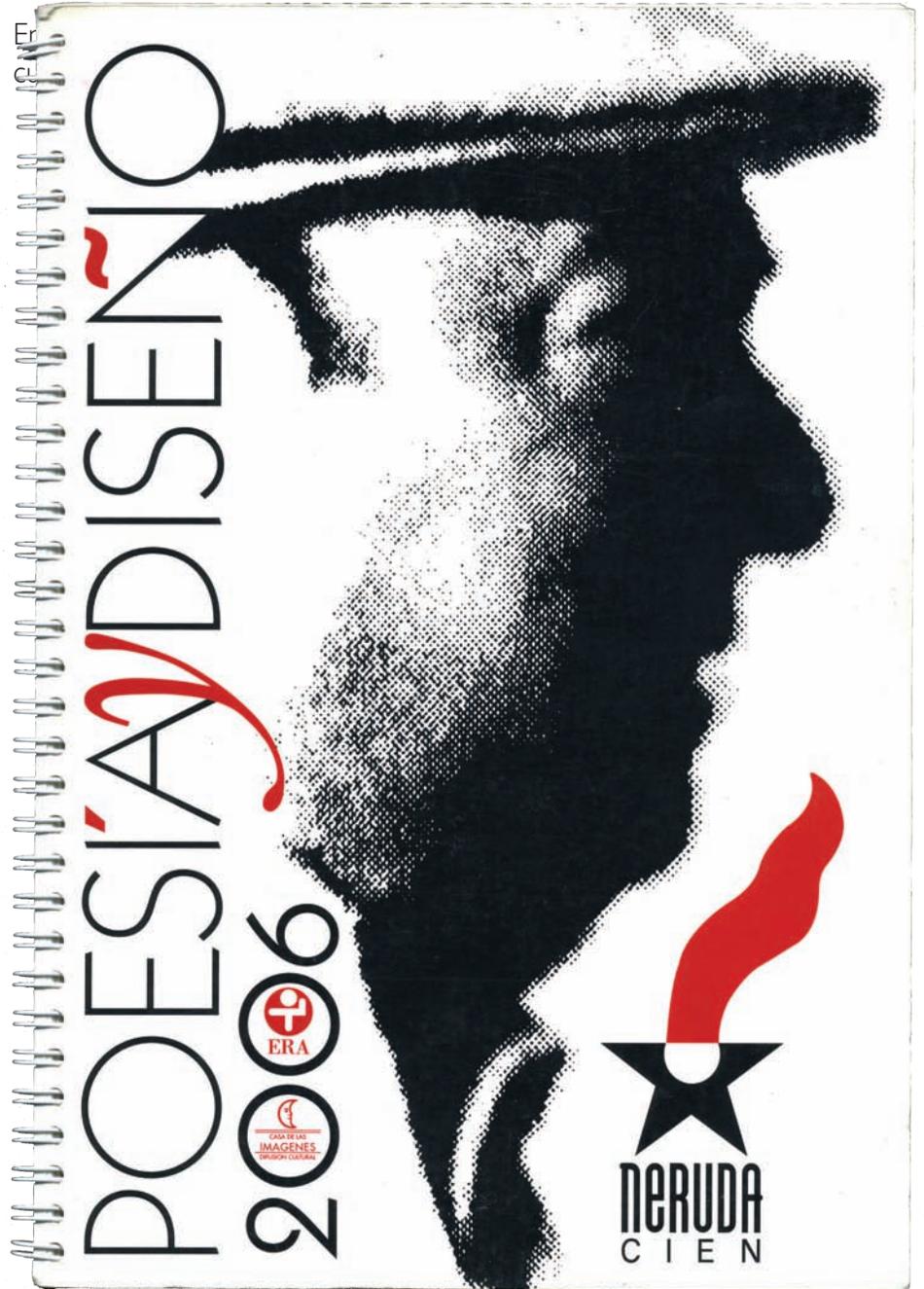


Figura 152 La Agenda Poesía y Diseño sirvió como soporte gráfico para publicar los carteles de la exposición Neruda Cien Años

El título corresponde a las campañas políticas, las cuáles en su mayoría y a través de los años se han distinguido por contener nada más el rostro de un político. Este criterio se vuelve controvertido por que olvidan la función básica del cartel de informar. En el caso de política es transmitir el discurso político del candidato. A esta deficiencia se suma que no consiguen que el ciudadano reconozca a los políticos de un mismo partido en un perímetro cercano.

El único distintivo de los carteles entre los partidos políticos, son sus colores, porque incluso la distribución de los textos e imagen son similares.

La reflexión de López Castro se suma a las anteriores con el deterioro y la cada vez descuidada colocación de la propaganda política, más bien defectuosa publicidad. que ha cambiado a su juicio en donde anteriormente miembros del mismo partido eran los encargados de colocarla. Ahora en cambio se contratan a empresas supuestamente especializadas. Ya que se observa que desde la misma colocación del cartel ya se presentan arrugados, unos encima de otros.

Irónicamente el motivo que llevó a este diseñador realizar este libro, fué durante un paseo, por la cercanía con su casa por las avenidas Insurgentes, Revolución y Patriotismo hasta llegar a preguntarse *¿En serio nosotros votamos por esas caras todas deformes que vemos en la propaganda?*

Este momento marca la decisión de llevar a cabo el proyecto *“Para mí ese es el proceso yo creo que en lo individual que todo el mundo tiene, pero que en mi caso no me gusta que se queden en proyectos, sí a mí me llaman la atención. invierto todo esto, creo que no hay otra forma de decirlo, lo que tengo. mi tiempo, mi dinero, mi trabajo para hacer un trabajo”*.⁷³

Para realizar la maqueta del libro, el autor realiza un registro fotográfico para posteriormente presentarle la idea a su amigo José Woldenberg a quien le encarga el texto de la publicación. López Castro se siente afortunado porque en sus libros ha contando con el apoyo de sus amigos escritores que generosamente han donado sus textos a sus publicaciones.

Entre el contenido textual de la publicación vale la pena resaltar la presentación en su contenido resume el objetivo y la funcionalidad del libro.

“La propaganda electoral debe contar con un marco normativo que al mismo tiempo que permita la más amplia difusión de las y los candidatos, la haga respetuosa de los ciudadanos. del entorno urbano y del medio ambiente. La saturación indiscriminada que en el pasado reciente han padecido los habitantes del Distrito Federal, al igual que las otras urbes, debe dar paso a una competencia en la que las ideas y propuestas vuelvan a colocarse en primer plano.

3.4.2.1 Caras Vemos...

una propuesta gráfica para una reflexión política

Rafael López Castro

Proyecto Editor

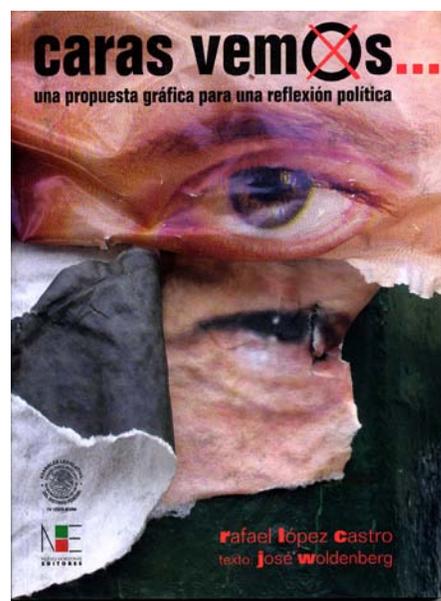


Figura 153 Libro diseñado para mostrar la falta de efectividad de la inversión en la propaganda impresa de los partidos políticos.

⁷³ Ídem.



Figura 154 La propaganda política además de estar mal colocada es rayonada como manifestación del descontento de la ciudadanía con los políticos

Estamos seguros de que al ver las imágenes del museo del horror en que termina convertida la propaganda electoral hasta hoy dominante, partidos, candidatos y los ciudadanos, habremos de concebir en la indispensable reforma de las reglas y prácticas de las campañas.”⁷⁴

El contenido textual es puntual al reforzar las imágenes para fundamentar la denuncia ciudadana para que el gobierno modifique el proceder en las campañas políticas. Incluye las mismas reglas que rigen su difusión para demostrar que son quebrantadas por los partidos políticos que las promulgan. Por ejemplo las reglas se refieren que la propaganda no debe impedir la visibilidad de los conductores o impida la circulación de peatones.

Su colocación en inmuebles debe contar con un permiso del propietario, además no deben pintarse en elementos de equipamiento carretero y no podrán fijarse en monumentos ni en el exterior de los edificios públicos.

Todos estos puntos dan pie a cuestionar si la contaminación visual de la propaganda no viola uno de estos puntos, a los que se podían agregar el tiempo en que permanecen, hasta finalmente concluir que no funcionan y sus recursos deberían ocuparse en proyectos que beneficien a la ciudadanía.

Woldenberg aporta “López Castro no inventa, quizá porque sabe que la realidad es insuperable. Se acerca a fenómenos cotidianos que todos vemos pero no observamos. Nos ayuda a leer de otra manera las rutinas que a fuerza de repetición parecen inmodificables. Nos sugiere, en este caso en particular, un filtro distinto para acercarnos a un fenómeno que registramos como inercial durante las campañas.”⁷⁵

Con el libro terminado, el siguiente paso de López Castro es conseguir una editorial que decida publicarlo, proceso que obtuvo mediante la asamblea legislativa, para finalmente presento la publicación en la librería Rosario Castellanos. Así concluye para López Castro un proyecto que se distingue por la intención personal de realizarlo por concretar un hecho que le llama la atención.

⁷⁴ López Castro Rafael, *Caras Vemos... una propuesta gráfica para una reflexión política*, México D.F.

⁷⁵ Woldenberg José, Colaboración en *Caras Vemos... una propuesta gráfica para una reflexión política*, México D.F.



Figura 155 Las fotografías del libro evidencian que no son reconocibles los rostros de los políticos

3.4.2.2 Nuestro Señor de la salud Zacoalco de Torres, Jalisco México Rafael López Castro *Proyecto de Editor*



Figura 156 Portada de la publicación, todo el libro esta impreso en negro

Este libro representa el sentido de resaltar la riqueza cultural, de nuestro país, con sus tradiciones culturales. Es un libro de 24 páginas impreso en tinta negra en un formato alargado de 44 cms. x 24 cms. en donde el autor reitera que surgen por el gusto de un tema que conoce y apasiona.

“Es un un libro sobre un Cristo de pasta de caña, los Cristos de pasta de caña de mi país me fascinan porque también son este México mestizo. La Pasta de caña en nuestro país se utilizaba en Michoacán para hacer figuras de deidades mounstrosas o maravillosas, como las quieras ver, nosotros no sabemos, pero lo mismo hacían un Huixilopostli que cualquiera forma, para llevarlo a la guerra porqué era muy ligero.”⁷⁵

La tradición proviene de los conquistadores que tenían la costumbre de cargar Cristos pesadísimos, hasta que el señor llamado Martín de la Cerda rescató una antigua técnica mexicana, que tiene su origen desde el siglo XVI en Michoacán en donde se empiezan hacer los Cristos de Pasta de Caña como una forma de resolverlos durante 200 años, hasta que se dejaron de hacer.

El contenido del libro es un registro fotográfico que acompañó la veneración al Cristo de Zacoalco de Torres, con una altura de más de dos metros creado por Martín de la Cerda en el siglo XVI.

El proyecto se logró concretar gracias a la colaboración de un amigo del autor, el cronista Salvador Encarnación que fue el encargado de redactar la crónica del acontecimiento que consiste en trasladar de la iglesia y seguir al Cristo durante toda la noche y al día siguiente.

La estructura del texto está subdividida en la visitación *“En camino están los zacoalquenses, viene a Pátzcuaro por mi. Diles mi nombre; soy el Cristo de la Expiración y en mis ojos vivos llevo el agua para sus campos y el consuelo para sus tristezas.”⁷⁶*

Cartas *“Su ilustrísima, el pueblo está solo. Ni un alma está en él. Llegó un mensajero con la noticia de que el Cristo destinado para la parroquia ya está en la entrada del valle.”*, *“Cuando lo pusieron vertical para que contemplará sus nuevas tierras, apenas si lo amacizaron, cayó una ligera lluvia que azuleaba de blanquísima, como el manto de la Virgen.”⁷⁷*

Finalmente el libro se publicó en el 2007 por el honorable Ayuntamiento Constitucional de Zacoalco de Torres Jalisco gracias a su presidente Municipal, el cuál acuerdo el pago del trabajo del diseñador, mediante la reproducción del libro y el obsequió de 50 ejemplares a su autor.

⁷⁵ López Castro, Rafael, ob. cit. nota 72

⁷⁶ Encarnación Salvador, *Nuestro Señor de la Salud*, Jalisco, México D.F. 2007, pág. 2

⁷⁷ Ídem.



Figura 157 Los interiores del libro muestran el descenso, el recorrido y el regreso al templo parroquial cargando al Señor de la Salud



Figura 158 Aproximadamente 15 personas se necesitan para cargar al Señor de la Salud

3.5.1 Alexis Azevedo

Finalmente los autores que realizan proyectos de expresión plástica complementan la versatilidad de los proyectos personales, así como se habló que los autores vinculan sus motivaciones y valores personales con la disciplina, ahora en estos casos se presentan autores que diseñan aunque su convicción principal esta relaciona con el arte.

Dejando a un lado, el crédito si es diseñador gráfico o artista, la contribución que hacen estos autores enmarca la interacción arte y diseño que establecen mediante su desempeño. También establecen la diferencia más marcada en la clasificación de los proyectos por no necesitar de la comprensión del espectador:

Por otra parte es un deseo incluir a este autor como un homenaje a los compañeros que asisten a la Academia de San Carlos. Porque forman parte de la experiencia humana y formativa, mediante su convivencia se produce el intercambio de puntos de vista respecto a la representación visual.

El caso de este autor su vinculación con el diseño comenzó de forma autodidactica por la necesidad de hacer el portafolio de la obra, Proveniente de Brasil, el hecho de venir a estudiar a México arte urbano, es parte de la estrategia por no estar en la parte comercial del círculo de arte.

Un hecho que trascendió sus inicios en el arte, es el haber ganado un concurso de fotografía, que afecto la parte emotiva para seguir produciendo piezas de arte para vender o exponer. Así que encontró en el arte urbano la posi-



Figura 159 Intervención Lunares de Sol, Ciudad de México

Pintar círculos de aproximadamente 1 metro de diámetro con pintura luminiscente que absorbe luz de día y brilla por la noche

bilidad de seguir trabajando con una autonomía completa, “descubri la ciudad como esa gran plataforma, ese gran lienzo que capta muchos materiales que uno no se puede imaginar, de varias categorías. Trabajar esa perspectiva de la ciudad de todas las posibilidades. Entonces la calle tiene esa vena de la ciudad.”⁷⁸

Para Alexis su relación con el arte es particular, desde pequeño aprendió a tocar instrumentos, ha tenido que ver con el teatro, ballet de danza flamenca desde los 6 años. Para él, arte significa realizar una energía que tiene, materializada y esta actividad trae consigo la satisfacción estética, espiritual.

Su incursión actual en el diseño tiene que ver con el modo de sobrevivir y estar consciente que puede utilizar elementos de las artes visuales como del diseño, por ejemplo la relación forma fondo de la composición.

Con el tiempo percibe que su obra plástica y en su condición de diseñador se contaminan de las dos partes, ambas actividades tienen cualidades estéticas. La parte que más contrasta está en el diseño que tiene que ver con el cliente. En su obra mostrará el resultado de esta combinación de disciplinas

Su trabajo ha pasado por diferentes etapas, durante un tiempo realizando interferencias digitales como una necesidad analítica de explorar las posibilidades plásticas de este medio, ejercicio que lo llevó a investigar técnicamente el manejo de los programas de diseño gráfico. Posteriormente el tema de estudio fué su propia imagen mediante el la fotografía.



Figura 160 Proyecto Palomitas para Palomas Ciudad de México
Diseñar una gran águila con palomitas de maíz para ser comidas por varias palomas.

⁷⁸ Entrevista a Alexis Azevedo, México, D.F., Marzo 2010

3.5.1.1 Obra Sin título Alexis Azevedo

Clasificación Expresión Gráfica

La propuesta de arte urbano de Azevedo es trabajar en micropolíticas cotidianas con el hombre ordinario, hacer una acción en la colonia.

Tiene definido el no realizar obra para una exposición. La experiencia de realizar tiene que ver con el lugar y la interacción de la gente en su realización.

Para él la relación con el cliente en diseño es similar a la del espectador en el arte porque piensa que se pone en su lugar, en los ojos del otro, es decir en ambas disciplinas si hay interacción con otro individuo que implica desde crear, apoyarse o incluso distanciarse.

La intervención de las sombras, consiste en pintar en el suelo la sombra de la gente que paseaba en la plaza de la iglesia, la pintura utilizada estaba contemplada para desaparecer con la lluvia. Para detallar más aspectos de la obra, el artista consedió la siguiente entrevista.

Cuál fué el objetivo de la obra?

*"Parecido a tomar fotografía, la gente en general tenemos esa necesidad de dejar un índice, un registro de su presencia y plasmarlas físicamente en color, específicamente ese color, en la Ciudad de México, tiene esa característica de haber crecido sobre una laguna, entonces lo asocio a los chorros de agua. La gente se deja retratar o pide retratarse. Hay un señor que llevo a su niña que apenas caminaba, pidió retratarla. Es una necesidad colectiva e individual de marcar su presencia."*⁷⁹

¿Qué signífico eso?

"Primero confirmar su presencia de la gente, eso les daba mucho orgullo y a mi también. pero yo solo soy un intermediario, no tenia nada de original. El primer día



Figura 161 El registro de la intervención registra las acciones durante su elaboración

pinte como a 30 personas y el día siguiente identifique que la gente regresaba con alguien a enseñarle en donde estaba su sombra. Cómo confirmar su presencia, un valor, principalmente para ellos. Mi acción en sí era un performance muy sencillo, infantil digo yo. El cuerpo del trabajo era hecho de las personas para las personas.”⁸⁰

Cuando pintó la primera persona, la participación de la gente se volvió espontánea, retrato chavos que vivían por ahí, incluso le ayudaron a pintar plaza de la Iglesia de la Soledad ahí en el centro. Sin ser la intención inicial, uno pintó a su perro, pintaron mal, pero la valiosa es la participación, otro estaba dormido. La actividad generó datos curiosos durante dos días.

En el arte urbano es importante realizar un registro de las intervenciones que realizan. El registro es la posibilidad de documentación que fue hecha para exponerla. Ese registro es la obra. Si no hay registro todo es una idea, un anecdotario que para las artes visuales no funcionan bien, una vez que son visuales.



Figura 162 La interacción con la gente genera nuevas acciones como la de este señor que pidió ser retratado con su hija



Figura 163 El público decidió participar pintando

⁸⁰ Ídem.

3.5.1.2 Leonardo Alexis Azevedo

Proyecto de Expresión Gráfica

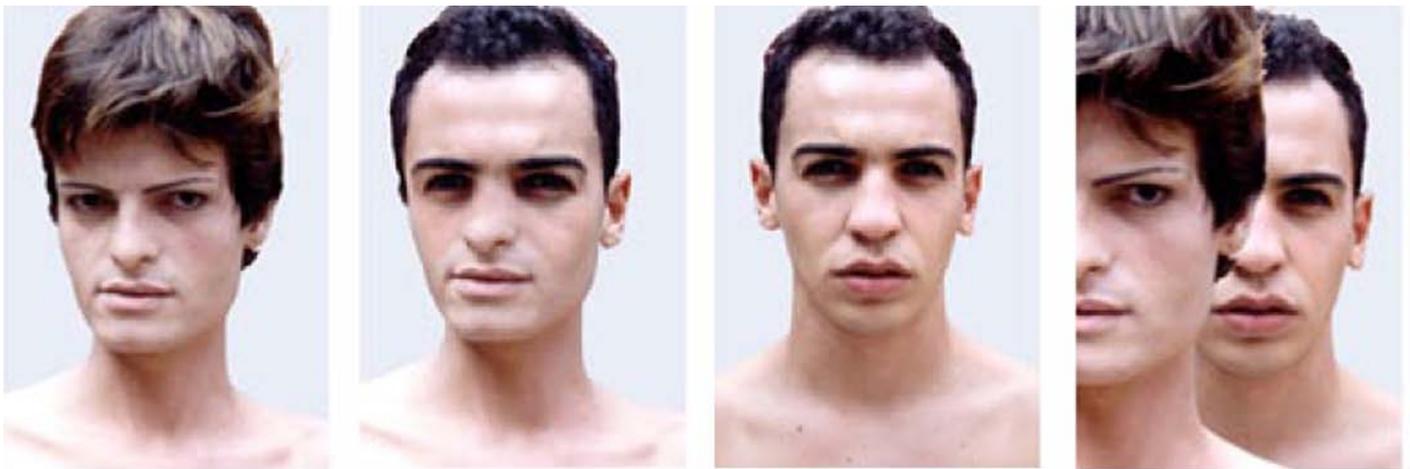
La combinación de las dos actividades gráficas de Azevedo se manifiesta en la manipulación digital de la imagen. Dando como resultado proyectos que llevan a cuestionar la realidad del espectador.

Por ejemplo el retoque fotográfico de Azevedo, en donde aparece en diferentes partes del mundo a la misma hora, interactuando en plazas pública llenas de gente a su lado.

Particularmente en la obra *Leonardo* Consiste en una secuencia conformada por siete fotos, dos son de él y otras dos son de Leonardo a quién el artista dedica la obra y tres fotografías más son mezclas.

Las imágenes hablan de un transexual que ante una condición personal por una enfermedad tuvo que regresar a casa de sus padres y la única condición que le impusieron estos, era regresar siéndolo otra vez.

*"Entonces en ese momento de volverse hombre otra vez, más bien bueno parecía mujer por esta cosa androgina al revez. Me pareció interesante ese momento de su vida y más por ser una persona próxima a mí. La obra es una complicidad, esa fusión que eres parte de esa persona."*⁸¹



Conformada una secuencia de siete fotos, dos son de él y otras dos son de Leonardo a quién el artista dedica la obra y tres fotografías más son mezcladas.

Al observar los proyectos de este autor, es perceptible la manera de complementa sus habilidades plásticas con las gráficas. Determinando sus funciones de acuerdo al proyecto.

En sus obras parten de reflexiones personales y provocan la sensación de no poder ser poseídos, más bien generan la reflexión del espectador; respecto a un suceso visual que cuestiona o resalta una parte de la cotidianidad del individuo. Por su parte su trabajo como diseñador gráfico parte del requerimiento de un cliente, por lo tanto Azevedo, se encarga de dotarlo de una identidad.

Los proyectos de este autor demuestra que el arte y la comunicación gráfica sirven para depurar y hacer versátil tanto el trabajo de artista urbano como la comunicación gráfica.



Figura 164 Leonardo interferencia digital sobre fotografía 21 X 120 cms. 2001

3.5.2 Alejandro Magallanes

El análisis de un diseñador gráfico en el área de expresión plástica tiene la intención de observar como ha trascendido el trabajo personal del mismo. Es significativo ubicar a Magallanes en esta categoría, debido a que también ocupa un lugar en el ámbito para comprobar que los proyectos personales son parte de su actividad profesional. Con la función de plasmar inquietudes creativas, y percibir el uso de las habilidades propias de la disciplina para incorporarlas en mensajes gráficos que se originan desde su postura como individuo.

La actividad de Alejandro Magallanes como productor de proyectos se encuentran en toda clasificación de los mismos, este detalle muestra, que hay autores y proyectos que bien pueden considerarse en varias categorías por las cualidades que presentan. Por lo tanto el motivo de clasificar los proyectos es organizar su estudio para entender su funcionamiento a través del registro de la actividad del diseñador mediante coincidencias y peculiaridades para poder comprender ¿Quiénes lo realizan?, ¿Qué implican hacerlos? y ¿Cuáles son las aportaciones de su realización?

Magallanes expone que no hay diferencia entre los proyectos independientemente de la forma en que se constituyen. Para él todo trabajo en el que participa es personal, no en el sentido de establecer un estilo, sino por contribuir con reflexiones acerca de lo que tenga que decir:

*“Hay un escritor que se llama Carlos Grassa que dijo los carteles son prólogos de las obras de otros, entonces, un buen prologista desentraña, pone su grano de arena en el libro y de esa forma esclarece o dice cosas acerca de un texto que después vas a leer. Lo mismo creo que ocurre, en resumen yo no veo una dicotomía, para mí todos los trabajos son personales”.*⁸²

Para este diseñador cuando no se tiene un cliente de por medio, la diferencia radica en proponer para decidir la clase de soporte y las conclusiones a las que llega respecto a un proyecto.

De su experiencia de realizar proyectos personales, ubica tres tipos de motivaciones; La primera es como ciudadano cuando aparece un evento político o social, que indigna. Reacciona por medio de un trabajo para decir lo que piensa, una vez que tiene el mensaje gráfico terminado, lo ofrece a quienes puedan distribuirlo o usarlo.

Esta experiencia requiere de organizar colectivos de diseñadores para tocar problemas como el de las muertas de Juárez en donde se hacen imágenes que utilizan los ONG's o las asociaciones que trabajan con cada problemática. Los proyectos son una iniciativa de un conjunto de diseñadores preocupados por el tema.

La segunda forma de diseñar un proyecto se relaciona con plantearse realizar el trabajo ideal, para satisfacer inquietudes personales y profesionales.

Con la cualidad de seleccionar el tema y la manera en que se aborda. En su caso tiene que ver con la realización de libros infantiles.

Si bien parte de su trabajo es ilustrar textos de otras personas, estableciendo un carácter a la ilustración. Le ha resultado mucho más entrañable, crear sus propios textos. Hacer el libro completo y después ofrecerlos a editoriales.

La tercer variante tiene que ver con los proyectos artísticos en la que un museo o una institución le pide hacer un proyecto que no tiene que ver con el diseño, sino más bien piezas de arte contemporáneo como una instalación en un espacio determinado.

Lo interesante de estos proyectos para él, es ampliar las funciones del diseño por intereses plásticos, además el mismo marco que establece ser invitado, le permite no tener la presión de ser artista y estar en otro ambiente, haciendo otro tipo de cosas. *“Pienso que en general como productor de tus proyectos, lo que hay que intentar es no ser solemne”*⁸³

La finalidad de quien boceta un mensaje visual, es ver reproducida la idea, y constatar la reacción del público predeterminado para valorar la efectividad de la información que se transmite.

En el caso del cartel, su colocación en la calle es relevante porque significa estar expuesto ante la gente para comprobar su efectividad como mensaje

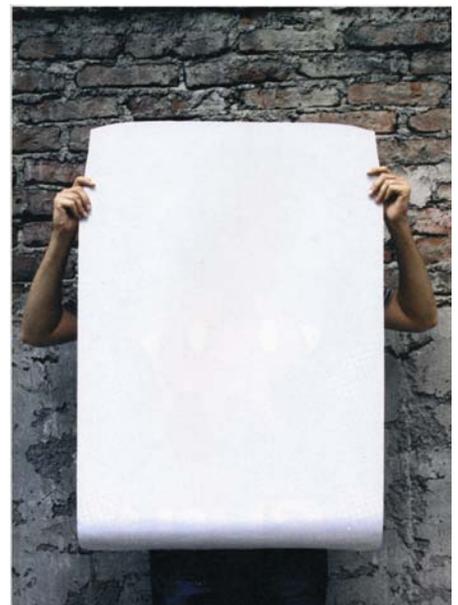


Figura 166 Intervención colectiva para recuperar las marquesinas como un espacio público en lugar de la publicidad

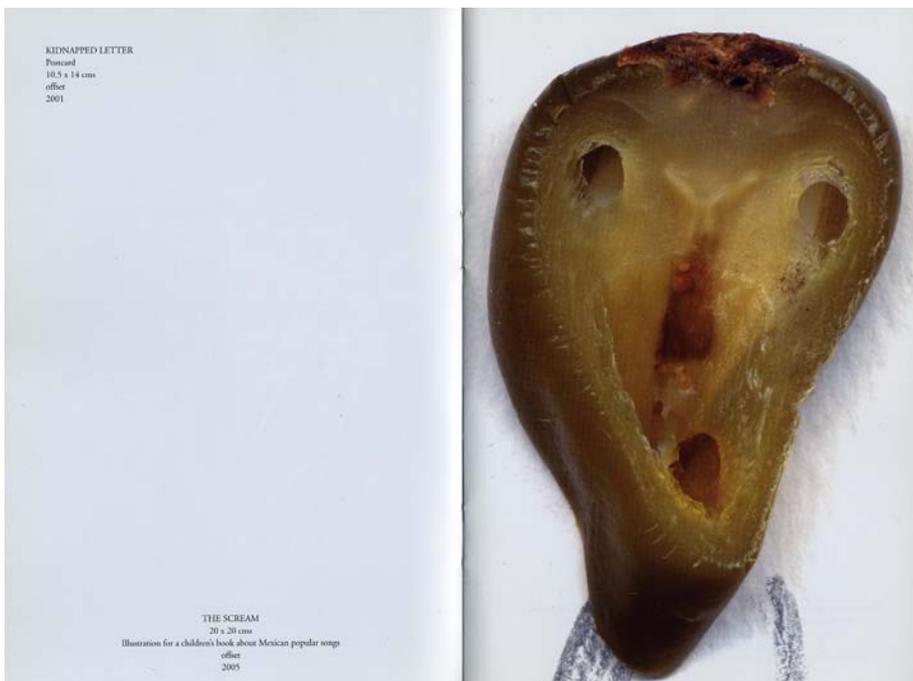


Figura 165 Publicación independiente que recopila parte de las imágenes que genera de la observación de objetos.

⁸³ Ídem.



Figura 167 *Exposición Seguir siendo conformada por dibujos, animación y esculturas de personajes de la misma*

visual. La trayectoria de Magallanes se distingue por la constante presencia de sus trabajos en la ciudad, basta con mencionar el cartel del festival cervantino, en el metrobus en sus pantallas se presenta la animación del ciclo de cine ambulante, en las librerías con sus publicaciones infantiles y en los museos con la exposición de carteles.

Desde su etapa estudiantil llama la atención que ya organizaba su exposición individual, realizando carteles para promocionarla en lugares externos a la ENAP con carteles impresos a dos tintas. Como una muestra de haber comprendido que la práctica del cartel, es exponer ideas y confrontarlas con el público, al mismo tiempo adquirió anteponer en el diseño la intención que determina la realización del proyecto ya que sus trabajos siempre son mensajes que aluden a una idea.

Con la práctica ha consolidado la habilidad particular de hacer contundentes sus mensajes con los trazos libres, letras hechas a mano, equilibradas con el sentido del humor que al mismo tiempo provoca sonrisa o crítica.

La constancia de su trabajo lo ha llevado a realizar numerosas exposiciones tanto a nivel nacional como internacional. Dinámica que contribuye con la difusión de su trabajo, demostrando que la organización de estos eventos es una consecuencia de la misma producción gráfica que genera.

Para él *“las exposiciones de diseño, tienen que ver con la memoria, es decir con memoria con lo que se hizo, no con proyectos del futuro”*.⁸⁴ Este fundamento brinda otra perspectiva al hecho de exponer; es revertir la característica efímera del cartel que cumple su función en período corto de tiempo para después aprovecharlo como un registro visual de los acontecimientos en la ciudad en un determinado momento.

La incursión de la actividad gráfica a la plástica de este autor; se debe a las invitaciones a eventos dentro del contexto del arte, lo mismo ha participado pintando un Audi a escala para recaudar fondos para la fundación ?, con exposiciones individuales en donde presenta una animación.

“Para mi es una parte que se me hace bien interesante por que no tengo justo que cumplir con un objetivo de comunicación tan acotado, sino que igual puede por así decirlo contar de otra forma y a la gente le puede gustar como cantas o como no cantas pero el propósito es cantar”.⁸⁵

La constante de observar los motivos para elaborar un proyectos personales proviene de la historia del individuo, la variante que se aprecia con Magallanes es más contemporánea, con un sentido lúdico se introduce en otros ámbitos para continuar experimentando con su quehacer cotidiano a través del dibujo, confirmando la efectividad del trazo como elemento expresivo en sus trabajos.

⁸⁴ Idem.

⁸⁵ Idem.

Las invitaciones en el ambiente plástico lo han llevado a participar más como autor de una pieza de arte en lugar de diseñador. La aportación de estas propuestas por sus contantes intervenciones en exposiciones relacionadas con el ambiente del arte le han permitido a Magallanes percibir que en su trabajo como diseñador ha adquirido aval para proponer con mayor libertad a la hora de diseñar y ser aceptado al mismo tiempo por sus clientes.

Entre varios proyectos personales que ha desarrollado, se presentan los libros infantiles debido a que son un ejemplo que demuestra por un lado el aspecto plástico en sus ilustraciones y el sentido de libertad de proponer un concepto para experimentar, ya que estos proyectos también tienen la función consciente de recrear sus propias ideas, beneficiando su trabajo al salirse de su cotidianidad.

La característica general de sus libros aluden a la creatividad, los temas surgen de ideas espontáneas en donde la imagen y contenido juegan para reinterpretarse, en ocasiones el texto hace una pregunta y la imagen la responde con una interpretación imprevista provocando por medio de la sencillez del planteamiento, la comprensión del sentido ludico del libro, al mismo tiempo el espectador identifica el ingenio en que se presenta un tema.

Los libros estan dirigidos a los niños y a sus papas por que también están considerados por el autor, mediante una dinámica que consiste en el cambio de páginas ya que sus contenidos no narran una historia, a través del todo el libro, más bien son una serie de ilustraciones fragmentadas que abordan un mismo tema por ejemplo la unión del círculo, cuadrado y triángulo en donde el autor demuestra que las mismas figuras pueden tener varias interpretaciones.

En su planteamiento de diseño, se permite jugar con tipografías que le agradan pero sobre todo para salirse de ciertos canones del uso de la letra redonda y de un tamaño exagerado, comúnmente usada en las publicaciones infantiles. También se aleja de las imágenes figurativas por la apariencia abstracta de los objetos que utiliza, ocasionando un juego en donde el espectador participa con su interpretación. Sus ilustraciones son resultados de varios recursos desde acrílicos, dibujos, fotografías, collage, objetos que va recogiendo en las calles.

La mayoría de sus libros son de formato cuadrado y con una apariencia pesada con la intención de hacer un objeto compacto. Los textos son cortos en donde la parte posterior describe de dónde provino la idea de la publicación en donde predomina el fragmento de una lectura.

Él escribe e ilustra sus textos, en su proceso de trabajo, incluye la elaboración de manera simultánea a su desempeño como diseñador profesional. Con la maqueta del libro los muestra a editoriales para su producción, en donde Magallanes aprecia sentirse afortunado, por que hasta el momento ningún editor le ha pedido que realice alguna modificación a sus propuestas.

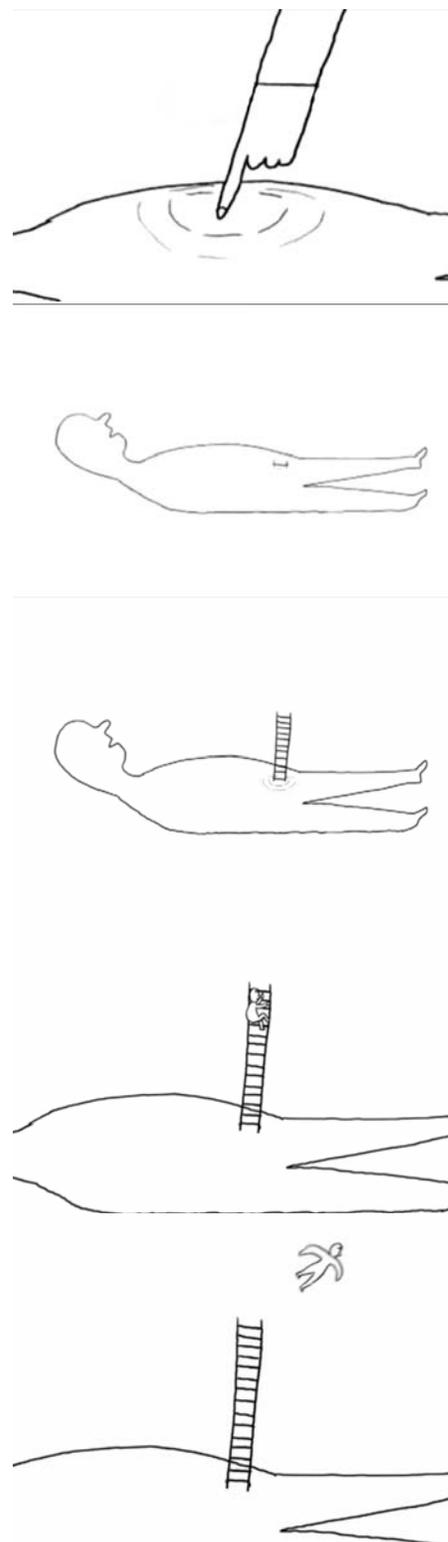


Figura 168 Secuencia de animación con música de *Café Tacuba*

3.5.2.1 Esto no es Alejandro Magallanes

Proyecto de Expresión Gráfica

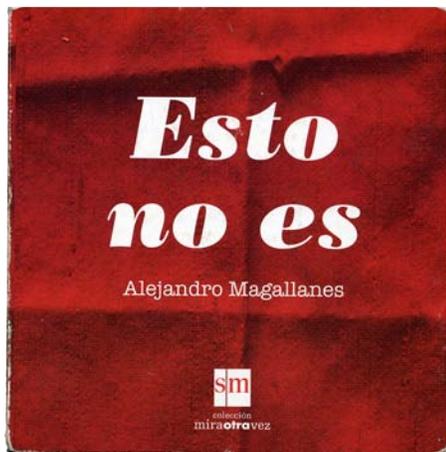


Figura 169 Muchas de sus portadas de libros infantiles son resueltas por medio de la tipografía con fondos texturizados

En su primer libro personal, fiel a su criterio de alejarse del cliché de los libros infantiles, la portada presenta únicamente el título, en la parte posterior utiliza la fuente Bodoni display para establecer la correspondencia con el interior del libro anotando, " Entre 1928 y 1929, René Magritte pintó un cuadro en el que había una imagen de una pipa. Escribió en el cuadro "Ésta no es una pipa". Efectivamente, era una pintura, no una pipa. Ahora mírate en el espejo. ¿De verdad eres tú?." ⁸⁶

El libro es identificable por que aprecia en conjunto cada dos páginas, en la página izquierda tiene la frase Esto no es, a la que se incorpora un objeto o animal, elemento que es presentado en la página opuesta para invitar al lector a voltear de página y descubrir otra doble página que aclara mediante el texto ¡ Es un ! y la imagen se transforma en otro objeto.

La ilustración juega un papel interesante ya que se agrega a un objeto tridimensional para cambiar la apariencia del objeto original. En el transcurso del libro, el autor transforma una liga en un payaso, una piedra en un marciano, tijeras en un mosquito, un clip en un levantador de pesas.



Figura 170 El recorrido del libro se convierte en un juego. Primero presenta un objeto

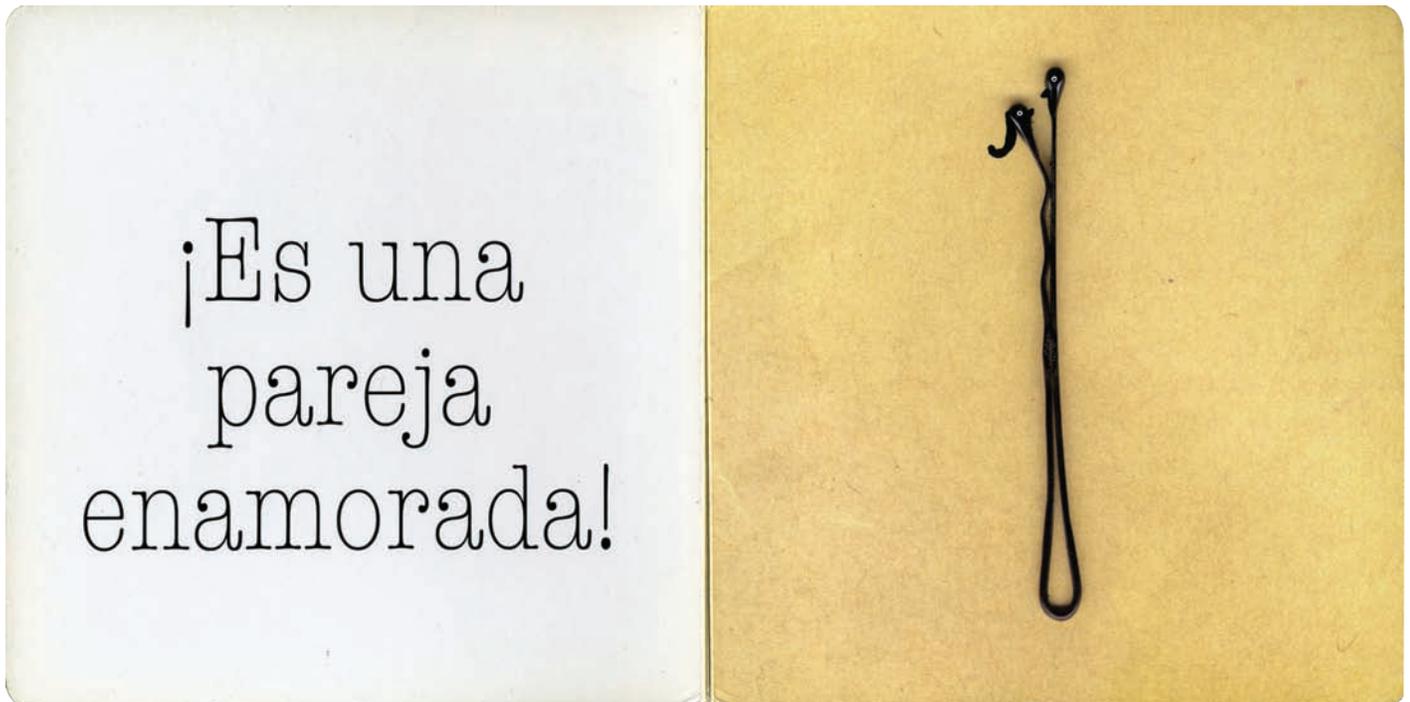


Figura 171 Para descubrir que el objeto forma parte de una nueva imagen





Figura 172 Los interiores del libro tienen la misma estructura de presentar primero un objeto y después su transformación por medio de la ilustración



3.5.2.2 ¡Ven, hada! Alejandro Magallanes

Expresión Gráfica



Figura 173 Desde la portada inicia la dinámica del juego con las palabras e imágenes que adquieren diferentes significados

En la contraportada del libro, Magallanes explica por medio de un texto el sentido de esta publicación que se basa en una lectura de un poema de Xavier Villaurrutia llamado Nocturno en que nada se oye, lo siguiente

“...Y mi voz que madura
y mi voz quemadura
y mi bosque madura
y mi voz quema dura...”⁸⁷

Complementando “¿Te has dado cuenta de que las imágenes habitan en las palabras? ¿Y tú qué prefieres: llegar a casa o irte de caza? Si te digo hoja, ¿piensas en un cuaderno o piensas en un árbol? ¿Será que el mar nos saluda con holas?”⁸⁸

Al parecerle brillante el texto de Villaurrutia, decidió hacer ilustraciones que respaldarán lo que están diciendo los textos, las ilustraciones proponen una serie de sinónimos visuales de la frase en turno por ejemplo la portada simplemente es el inicio del libro que resulta y forma parte del siguiente juego de palabras Venada, Ve nada y ¡Ven, hada!, otro motivo de ilustración lo genera la palabra Amarte que muestra una pareja y que se contrapone con A marte del planeta. o Helado, El lado y el Hado que establece un cierre que redondea su relación con el inicio del libro.

Las ilustraciones se distinguen por sus el aprovechamiento de las cualidades visuales del mismo material como por ejemplo, el uso de papeles intervenidos previamente con sellos a su reverso y pintados con café para posteriormente escribir los textos o la conformación de los fondos de otras ilustraciones que son resultado del recorte de otros papeles.

Este libro se imprimió en el 2007 y se reimprimió en el 2009.



Figura 174 El libro ilustra la similitud del sonido de las palabras

⁸⁷ Villaurrutia Xavier, citado en ¡Ven hada!, sinopsis, sm mira otra vez, 2009 contraportada

⁸⁸ Magallanes Alejandro, ¡Ven hada!, sinopsis, sm mira otra vez, 2009 contraportada



Figura 175 En constante en la solución gráfica la variedad de materiales

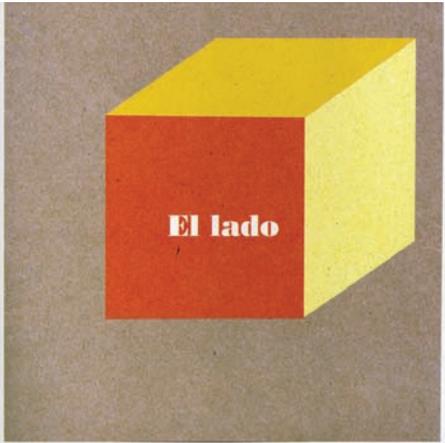


Figura 176 El recorrido de las palabras termina vinculando la primera el hada con la última el hado

3.5.2.3 Conversaciones y discusiones

Alejandro Magallanes

Proyecto Expresión Gráfica

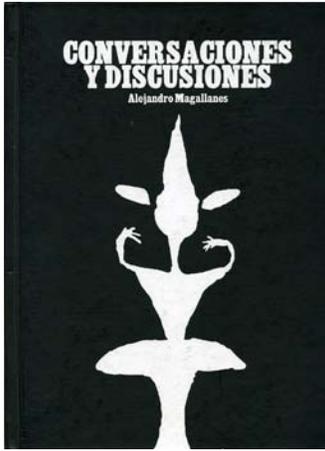


Figura 177 Portada del libro

En este proyecto se aprecia el cambio del formato, además contrario a los anteriores es resuelto a una sola tinta negra que corresponde con el estilo de la ilustración en donde el lector tiene que encontrar por medio de trazos libres expresiones de rostros.

Los textos de las contra portadas explican el sentido de sus libros, siempre se distinguen por ser muy elocuentes al contenido, además de ser muy precisos ya que son de dimensiones muy cortas. En este caso dice;

“No sé si te ha pasado que por ver una cosa, dejas de ver otra. Lo mismo ocurre cuando discutimos.

Decía el escritor León Tolstoi que en ocasiones se discute porque no llegamos a entender lo que nos quiere decir la persona con la que conversamos,” concluyendo “Y a lo mejor, conversando, hasta puedes ponerte de acuerdo.”⁸⁹

Continuando con el esquema de sus libros, el autor escribe textos en la página izquierda que la imagen ilustra en la siguiente página.

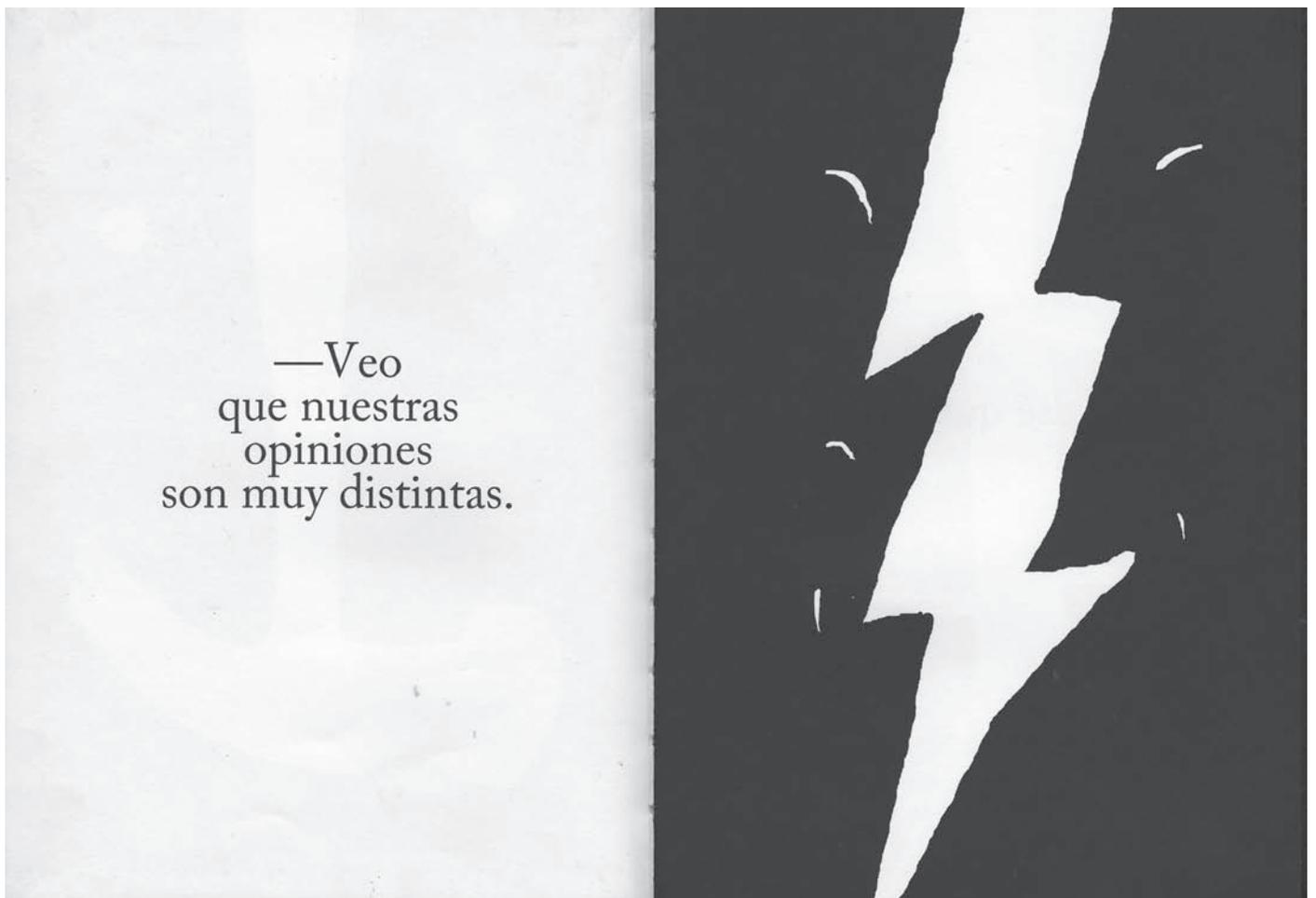


Figura 178 Figura fondo generan las imágenes

En el caso particular de esta publicación la ilustración propone por medio de juego figura fondo de ahí el uso de contraste blanco y negro.

Encontrar dos rostros que dialogan o están relacionados con la palabra clave del texto. Por ejemplo el texto dice;

Veo que nuestras opiniones son muy distintas. y la imagen es resuelta por medio de un relámpago entre los rostros. Finalmente en conjunto sus libros se han publicado por dos editoriales SM de ediciones S.A. de C.V. ediciones el Naranja.



Figura 179 El sentido de humor contribuye a que las ilustraciones no sean agresivas

REPERCUSIONES DE LOS PROYECTOS PERSONALES

SOCIALES
PROFESIONALES



4.1 REPERCUSIONES SOCIALES

La aportación de las entrevistas con los diseñadores de los proyectos, personales contribuye a fundamentar su realización, aclarando que no hay diferencia con los proyectos elaborados por la solicitud de un cliente.

El término personal se vincula con el origen del proyecto, que es resultado de la iniciativa del diseñador. Para comprobar esta premisa y especificar su valor como trabajo de diseño, se revisarán los proyectos a partir de las repercusiones.

El diccionario relaciona este término con la resonancia, consecuencia, efecto y resultado de una acción. Todos estos conceptos se asociarán con las cualidades del diseño social como lo es la identificación de un problema y asumir una actitud activa para producirlo.

Estas herramientas servirán para describir todas las manifestaciones que los diseñadores producen con este tipo de proyectos cuando están en contacto con el público.

Como no es posible contactar al público usuario del proyecto, estas observaciones se hacen desde la perspectiva del análisis de los proyectos, su explicación pretende cerrar el ciclo que tiene el trabajo de diseño que necesita tener un destinatario para resultar ser funcional.

Con la clasificación de los proyectos personales se constata que la comunicación gráfica mediante su división muestra las variantes en que se manifiesta y matiza la información de acuerdo al problema que planea resolver el diseñador.

Los proyectos de autopromoción tienen el objetivo de difundir el trabajo del propio diseñador; en su realización continua la prioridad de brindar un beneficio al público por ser su destinatario.

La respuesta que se genera, incide directamente en la actividad del diseñador ya sea con la solicitud de sus servicios o con la ampliación de sus funciones.

Taller en Vida fué creado para difundir el trabajo del Taller 75° que tiene la especialidad en imprimir serigrafía. Con la estructura de invitar a diseñadores gráficos a realizar un trabajo personal para ser reproducido enfrente del público y posteriormente venderlo.

Sus resultados se analizan a partir de las reacciones de los jóvenes diseñadores que asistieron al evento, y en la utilidad que le otorgan los diseñadores participantes.

Partiendo de la difusión del evento por medio del blog del taller, el público asistente se distinguió por ser de jóvenes diseñadores, que acostumbran revisar este medio digital para estar informado de las actividades del taller; además este lugar ha propiciado conocer a diseñadores a través de otros eventos como lo es la celebración de los aniversarios desde 2006 hasta la fecha, en donde se imprime el cartel conmemorativo a cargo de un diseñador designado por Arturo Negrete debido a su trayectoria en el campo del diseño y relación con el taller.

El diálogo con los jóvenes asistentes, se hizo evidente la necesidad de un foro para manifestarse, y encontrar un medio para reproducir su trabajo.

A partir de la culminación de *Taller en Vida* se han venido realizando eventos de ilustradores, que ponen a la venta su trabajo, a su vez el proyecto de Negrete continua cumpliendo con unos de sus propósitos enfocados a la comunidad del diseño, promoviendo el trabajo de nuevas generaciones.

Respecto a los diseñadores participantes, el evento representó la oportunidad de producir un trabajo en completa libertad para decidir la técnica y el número de tintas. Al mismo tiempo para algunos fué una experiencia nueva de promover su trabajo, definir sus objetivos y participar en una dinámica diferente como lo es realizar un proyecto como obra, experiencia que trae consigo planear un tema que represente el trabajo que desarrolla y pensar que resulte interesante al público para que lo adquiera.

En este sentido la función de Negrete pasó de ser productor del evento a la promoción del trabajo de los diseñadores participantes, ya que con el evento generó el ambiente propicio para valorar el trabajo de los diseñadores por cualidades estéticas.

4.1.1.1 Taller en Vida Arturo Negrete

Repercusiones Sociales



Figura 180 Chema Skandal haciendo la separación de color, en presencia de los asistentes

Con la diversidad de presentaciones durante cada sesión, Taller en Vida en forma general sirvió de foro para difundir el trabajo de sus participantes, para algunos fué dar a conocer su trabajo y otros simplemente presentar una extensión de los proyectos que viene realizando.

En este sentido la constante actividad de este proyecto ha propiciado el acercamiento del Museo de Arte Moderno de la Ciudad de México, para realizar presentaciones de *Taller en Vida*, hecho que provoca la vinculación del diseño gráfico a la actividad cultural de un museo.

En esta relación Negrete con su proyecto no sólo se presenta, sino que vuelve a promover el trabajo de sus invitados en nuevos espacios culturales, tal es el caso del Dr. Alderete que volvió a presentarse.

Esta nueva faceta propició la presentación de Alejandro Magallanes por solicitud de las autoridades del Museo, así como también la invitación a artistas visuales para reproducir una obra por medio de la serigrafía.



Figura 181 Taller en Vida ha contribuido con el acercamiento de jóvenes a la serigrafía

4.1.1.2 Libro de Magia / Art Toys Estudio Zoveck

Repercusiones Sociales

La función del diseño se asocia generalmente con la difusión de los productos, servicios de las empresas, de acuerdo a la dimensión de la mismas, sus requerimientos, convierten al diseñador en un administrador de la marca para conservar su identificación ante el público que está vinculado con ella.

Ironicamente el diseñador no acostumbra promocionar su imagen ya sea como empresa o free-lance para colaborar de manera externa con una agencia de publicidad. El portafolio de trabajos es la herramienta que utiliza para mostrar el perfil de las habilidades y especialidad a la que se dedica dentro de la disciplina.

Debido a esa situación los proyectos personales de autopromoción abren un espacio para mostrar las estrategias que coordinan acciones con vista a contactar clientes potenciales que coinciden con su estilo de trabajo. Para Estudio Zoveck la actividad comercial de un profesional en el diseño gráfico, sin importar la línea de trabajo, representa una labor que debe formar parte de la programación de los objetivos del estudio.

El manual de magia blanca aportó observar que la autopromoción repercute en dos formas en el que hacer profesional, la primera con el aprendizaje para filtrar nuevos materiales antes desconocidos y que se ven reflejados en los art toys fabricados. La segunda aportación es proporcionar frescura al trabajo para conservar el interés por plantearse nuevo retos dentro de la misma disciplina. Este es un proceso que forma parte de la manera de pensar, ser autocrítico para depurar su trabajo.

La entrega final del proyecto marca el término de la relación laboral entre el diseñador con el cliente. Esta situación deja un vacío para analizar si la implementación de trabajo gráfico cumplió con los objetivos por lo que se creó.

En el caso de Estudio Zoveck, los proyectos de autopromoción les ha permitido observar el efecto que causo su trabajo. Debido a que sus clientes junto con sus encargos más entrañables hasta el momento, han sido detectados por haber adquirido algunos de sus productos.

Esto demuestra que los proyectos de autopromoción, contribuyen a facilitar la relación laboral, debido a que el cliente sabe que esperar del diseñador que contrata, por su parte al diseñador le beneficia saber que coinciden con su forma de trabajar.

La encomienda de crear y diseñar la marca de un diseñador de modas que deseaba abrir una tienda en Barcelona, es un ejemplo que considera Zoveck como retribución a su esfuerzo por hacer proyectos de autopromoción. Para sus integrantes los proyectos que producen por cuenta propia se pagan solos.

La anécdota que enmarca este proyecto es que el cliente contactó al estudio gracias a la adquisición del libro de magia en la galería Kong, factor que motivó al empresario elegir al despacho.

“Los requerimientos eran diseñar la imagen general de la tienda, crear el nombre y el concepto visual de la misma, la papelería, artículos promocionales, empaques y página web. Ellos sólo contaban con el plan de negocios en donde determinaban todas las características del proyecto.”⁹⁰

Con el reto de conseguir un concepto que se identificará lo mexicano con la moda en un medio internacional, se decidieron por la fusión de dos palabras María por ser un nombre icono de México y Chic, término de distinción y elegancia relacionado con el vestir; además los diseñadores encontraron que al pronunciarse se asocia con la palabra Mariachi. Esta referencia habla por sí sola junto con las investigaciones y entrevistas que realizaron a gente del medio de la moda, de la investigación y el servicio que ofrecen a sus clientes.

La propuesta de la imagen es un collage característico del trabajo de Zoveck pero pensado de acuerdo a las cualidades del proyecto, hay unas piernas que junto con unas flores de manteles de mercado refuerzan el sentido femenino de la marca.

El hecho de conseguir la aprobación de un trabajo por parte del cliente, sobretodo si es un especialista en su rama, ofrece la satisfacción para el diseñador de resolver la necesidad de comunicación de su cliente.

Adicionalmente en este proyecto, los empresarios retroalimentaron a Zoveck, al comentarles que en España existe un peritaje que hace el gobierno Catalán como requisito para establecer un negocio nuevo y la marca MariaChic, resultó ser por los expertos en mercadotecnia, de los candidatos mejor calificados por su imagen.

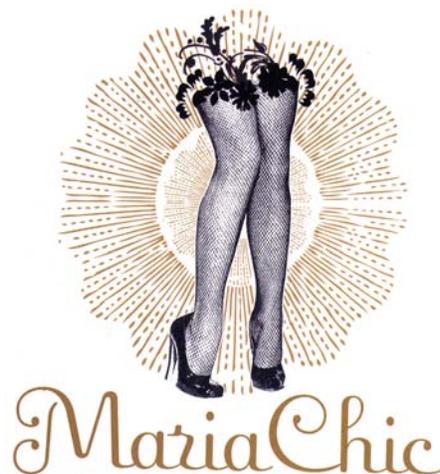


Figura 182 Marca diseñada para tienda en España

4.1.2 Revista Ene O

Iván W. Jiménez

Repercusiones Sociales

El enfoque para analizar este proyecto pasa por las contribuciones de la revista como medio de comunicación del diseño gráfico y las características propias que se genera por ser independiente. En donde resalta la participación de colaboradores que incluye diseñadores profesionales, estudiantes y colaboradores de otras disciplinas que se van sumando ya que cada publicación se especializa en un tema en donde se vincula la actividad del diseñador gráfico.

El texto es el elemento que predomina en la revista. la relevancia de su contenido se encuentra en la información que transmite y en el aspecto formal. Ambos valores de la información semántico y visual establecen el estilo para relacionar a la publicación con un determinado público.

En el campo del diseño gráfico se ubican en el Distrito Federal, tres publicaciones nacionales, y sólo una de ellas cuenta con distribución en locales comerciales.

Por su parte la revista ENE O ha conseguido acercarse a las comunidades universitarias en todo el país, por medio de una serie de conferencias. Cumpliendo su función cultural al poner en contacto a los estudiantes con el trabajo de diseñadores profesionales y realizando entrevistas para explicar temas concernientes a la situación actual del diseño gráfico.

En términos generales las revistas tienen la cualidad por su periodicidad de producir contenidos del momento, que le dan frescura a la información que produce la comunidad del diseño gráfico.

Esta información retroalimenta a la comunidad estudiantil para formar un juicio propio para el desempeño que aspira tener en el campo profesional. Por su parte la publicación beneficia a los diseñadores profesionales con la difusión de su trabajo y establece la práctica de documentar el trabajo de diseño. La información resultante sirve para el propio estudio de la disciplina.

En las actividades de la revista, la comunidad estudiantil siempre ha estado contemplada con la publicación de sus trabajos como parte del contenido hasta en la celebración de los aniversarios con la organización del ciclo de conferencias y talleres. Generando una de las prácticas más productivas en la formación del estudiante, que se distingue por la interacción maestro alumno para realizar un proyecto en donde el profesional transmite su experiencia.

Esta experiencia se ha extendido en la conformación de Grupo Horma, con la impartición de cursos que potencializan las habilidades de los participantes para concretar un proyecto desde el perfil del diseño y el arte, el primero a través de un diseñador y complementado por la plática de un artista.



Figura 183 En los cursos no sólo se producen trabajos, sino también llevan al análisis del trabajo en la profesión.

En este sentido sus participantes consideran que grupo Horma mediante sus cursos contribuye a la su integración con otros diseñadores ya que los grupos son pequeños y se han distinguido por generar colaborares después del curso. La actividad misma del curso, estimula la creación de proyectos por parte de sus estudiantes.

Finalmente Jonathan Bellaceti, estudiante de más de tres cursos en Grupo Horma aporta su experiencia *“Siento que los cursos rompieron un buen de barreras mentales que tenía y quitaron gran cantidad de autocensura de mi trabajo. Me mostró la versatilidad del diseño y cada una de sus áreas.”*⁹¹



Figura 184 Los cursos provocan que se formen grupos que continúan colaborando después del curso.



Figura 185 El objetivo es potencializar las habilidades de los alumnos.

4.1.3.1 Pecados Capitales / Carteles Sociales Lourdes Zolezzi

Repercusiones Sociales

La mayoría de las organizaciones sociales son resultado de acciones ciudadanas que ven respaldadas sus actividades por financiamientos de Instituciones Globales. Por lo tanto, su prioridad se centra en implementar programas que solucionen los problemas a los que se enfrentan, pero carecen de la difusión de sus actividades.

La inclusión de estas organizaciones repercute en canalizar las cualidades visuales como de contenido de *Pecados Capitales*. La comunicación gráfica además de presentar y aclarar la información que producen, también expande su difusión y contribuye con el convencimiento de sus actividades a través de sus mensajes.

Pecados Capitales contribuyó en generar un espacio para la difusión de estas organizaciones que antes del proyecto no estaba contemplado por una ONG. El hecho de ser realizado por un grupo multidisciplinario, permite adquirir una serie de mensajes que además de informar, proporciona una presentación que refuerza la credibilidad de la organización.

La misma idea del mensaje es producto de la reflexión de un autor que en ocasiones facilita la comunicación entre el público usuario del mensaje y la información que desea transmitir el emisor:

Aunque no se pueda contactar directamente a los representantes de las asociaciones participantes, se deducen atributos de este proyecto. En concreto con la asociación Adivac, a.c, encargada de atender a personas que han sido maltratadas sexualmente. *Pecados Capitales*, propicia, refuerza o se integra a las dinámicas de la misma asociación, ya que las actividades artísticas conforman parte de la filosofía de la misma.

*“Una de las premisas fue reconocer la necesidad de crear fisuras en el discurso dominante sobre el tema, tanto en el campo del arte como en el ámbito cultural y social.”*⁹¹

La visión de incluir asociaciones civiles, aporta significado al trabajo gráfico al poner en contacto el material gráfico con el público por medio de sus mensajes visuales. Contribuyen en la investigación del tema o en ocasiones en el financiamiento del trabajo, cuando aparecen instituciones gubernamentales.

La estructura multidisciplinaria de los autores con sus actividades vinculadas en la cultura, hace de su reflexión sobre un problema tan palpable en nuestra sociedad, la generación de avisos que presenten nuestra realidad para poder prevenir estos actos.

Al final de cuentas este proyecto es dirigido a la ciudadanía, en donde la

⁹¹ en www.adivac.org/sys/areas-de-trabajo/arte-y-violencia.html

función de los carteles, es avisar y alertar de acontecimientos que están sucediendo. El mensaje gráfico denuncia una problemática pero al mismo tiempo expresa un sentimiento de la gente. Su utilidad se enmarca como una denuncia ciudadana que sirve para dar un paso presentando a la propia ciudadanía, encontrar soluciones con una actitud activa para cambiar el contexto en que vivimos.



Figura 186 El proyecto estuvo en contacto con la ciudadanía.

4.1.3.2 Libros Infantiles / Casa del Volcán Carlos Villaseñor

Repercusiones Sociales

El diseño social tiene el reto de ser comprendido por todo tipo de público y generar interés por la información que transmite. Para conseguirlo necesita ser universal, estar sobre las diferencias de edad y nivel cultural del público al que se dirige. La solución se encuentra cuando el mensaje es contundente y directo al transmitir un mensaje visual para abordar la esencia del problema.

Es factible analizar la efectividad del trabajo social desde la productividad que genera, la cual inicia con la realización del mismo proyecto por parte del diseñador, su reproducción y la reacción del público en donde intervienen los beneficios que brinda el mensaje gráfico.

La parte social del trabajo de Carlos Villaseñor se encuentra en su capacidad de potencializar las cualidades propias de la comunidad con la que colabora a través del diseño gráfico.

Para Villaseñor la forma de desempeñarse es algo natural, porque considera que la cotidianidad de cada individuo está llena de proyectos en donde relaciona su vocación para resolver un problema de comunicación visual para mejorar las condiciones de vida de la comunidad, en su caso a partir del diseño gráfico.

El sistema implementado por Villaseñor lo convierte en un generador de proyectos. Su efectividad es visible porque influye en el lugar en donde se desenvuelve, brinda un beneficio; mediante la organización de la comunidad para realizar diversos proyectos como estufas de lodo, ahorradoras de leña etc. que generan estructuras que crean fuentes de trabajo, como los talleres de serigrafía .

La disciplina lo ha llevado a pensar que *“la única manera de evaluar si tu proyecto fue exitoso es que generó otro proyecto exitoso.”*⁹²

La forma en que se retroalimenta proviene de las personas que mantienen contacto con su trabajo, entre las que se encuentran los alumnos de la Universidad Latina de Morelia Michoacán.

En su práctica docente Villaseñor ha venido implementando la metodología de proyectos. El curso inicia con la ubicación del diseño en la actualidad, desde los procesos de trabajo hasta comprender la situación que enfrenta el diseñador en el medio profesional. El objetivo es anteponer la argumentación metodológica sobre la práctica. Pretende, mediante el planteamiento del problema, que el alumno encuentre en la investigación la información para estructurar su propuesta de diseño.

Las prácticas plantean que los proyectos deben ser reales con clientes

⁹²Villaseñor Carlos, Ob. cit., nota 64.

reales, Los alumnos, han resuelto desde pequeños y grandes proyectos con instituciones, empresas y grupos sociales, hasta proyectos con universidades extranjeras o los reconocimientos nacionales de la Cruz Roja Mexicana por asignación al grupo. Incluso algunos alumnos han resuelto, como parte de su trabajo, el cambio de profesión.

Su colaboración en la misma escuela ha contribuido a resolver el problema de la recolección de basura, facilitando la labor del personal de intendencia e involucrando a oficinas estatales encargadas de este servicio. Este proyecto se realizó en un municipio, que involucró a su presidente, para resolver el problema de la gente que tira la basura en cualquier lugar. Integrando en su propuesta de campaña un sistema en el cual los niños son inspectores que amonestan a las señoras que ensucian la vía pública. La sugerencia consideraba tener acción legal con las personas que reincidían en su falta.

Respecto a los habitantes de las comunidades en donde se han implementado los proyectos, la repercusión se ve reflejada en el mejoramiento de su vivienda, la construcción es realizada por los mismos habitantes.

La misma dinámica y planteamiento de trabajo, provoca cambiar el lugar de las personas conforme va desarrollándose el proyecto, iniciando por su situación de vida, como parte de la causa del problema, para después tener una participación activa cuando se convierten en colaboradores del proyecto.

La parte significativa es que después de resolver el problema que originó un proyecto, los individuos extienden la efectividad del proyecto porque los sitúa como administradores del lugar. Llegando a formar empresas que ofrecen servicios turísticos.



Figura 187 La proyecto Casa del Volcán ha contribuido en mejorar la calidad de vida de la comunidad

La idea de reflexionar acerca de un proyecto gráfico después de haber conseguido su reproducción y estar en contacto con el público, tiene el interés de registrar los beneficios que genera el trabajo del diseñador gráfico en la sociedad.

Los lectores y la SEP como institución a la que pertenecen los libros, sirven como referentes para analizar la repercusión del trabajo de Linterna Mágica.

Los libros brindan al público que se dirigen; niños y adolescentes, el ideal de fomentar la lectura. El libro en sí mismo es un objeto visual por su diseño, el cuidado de la edición es evidente para el público en general, la experiencia de Amézaga en el cartel se ve reflejada por el impacto que tienen sus ilustraciones y composiciones en las dobles páginas. En cada una de ellas se observan inmediatamente como un conjunto que invita a ir descubriendo todos los detalles que lo conforman.

Respecto a los contenidos, los libros se distinguen por sus temas que presentan costumbres y fragmentos de la historia de México, a través de personajes que muestran la manera en que vivía la gente en el siglo XIX. Esta información contribuye en el lector a estimular la identidad y el conocimiento de su cultura.

Los niños, adolescentes y adultos que leen estos libros, obtienen un momento de entretenimiento, las imágenes y textos invitan a recorrer todas las páginas de la publicación. Este hecho contribuye junto con los buenos libros a conservar la tradición de este soporte de conocimiento aun en la época digital de estos tiempos.

Hablando de tradición, los libros gratuitos de primaria editados por la SEP, con la colección Libros del Rincón, contribuyen en diversificar y actualizar su acervo de publicaciones que tienen la función complementar la educación del nivel primaria y secundaria.

La convocatoria de libros del Rincón, ayuda a elevar la calidad de las publicaciones de sus participantes, conformados por editoriales y especialistas independientes que de manera indirecta contribuyen en renovar la edición de libros en nuestro país.

4.1.4.1 Libros Infantiles Gustavo Amézaga Heiras

Repercusiones Sociales



Figura 188 La calidad de las publicaciones de Linterna Mágica acercan de manera entretenida al lector hacia la cultura nacional.

4.1.4.2 Libros Político / Cultural

Rafael López Castro

Repercusiones Sociales

En términos generales, un proyecto social se relaciona con la condición de mejorar el trabajo, salud, o modo de vivir de la gente a quien se dirige. Los carteles sociales por ejemplo se distinguen porque comúnmente carecen de elementos decorativos para anteponer su percepción inmediata que refuerza la contundencia del mensaje.

En el caso del libro que consta de varias páginas, además de cumplir con las referencias del cartel, debe documentar de manera especializada el tema que trata de acuerdo al apoyo de la información que se genera en forma específica para la publicación.

La utilidad del libro *Caras Vemos...*, es la de abordar el problema de la propaganda política, que se distingue en saturar, por no decir ensuciar, las calles de la ciudad, es lamentable que un proyecto, lejos de reforzar la utilidad de una disciplina, la deteriore. Es costosa económicamente, requiere mucha gente para su colocación y limpieza, con resultados que siempre se cuestionan, ¿Realmente alguien emite un voto en favor de un candidato gracias a su propaganda?

El objetivo de López Castro es llegar a los mismos protagonistas del libro, es decir los políticos, para que tengan un parámetro real del sentir de la gente que se manifiesta con pintas, consignas y maltratos en los rostros de sus carteles. A la ineficacia de sus mensajes, se suma que es evidente que se perciben maltratados desde su colocación y no respetan sus propios reglamentos de encimar uno sobre otro.

Milton Glaser, reconocido diseñador norteamericano, en una entrevista para la revista *Visual*, refiere que una función no obligatoria del cartel es cambiar la percepción del mundo del espectador, pero una obligatoria es generar una reacción. Al interpretar a este autor, un trabajo de diseño, para que realmente funcione, necesita de la implementación de acciones que acompañen la idea gráfica.

En el caso del libro, López Castro consiguió su objetivo al producirlo, documentar hasta darle forma a un tema que afecta a la sociedad. Es un problema que es imposible no observar y se conoce que es costoso su financiamiento que son pagados por los impuestos ciudadanos en lugar de mejorar un servicio de interés común.

La función social del libro parte de la iniciativa para manifestar el sentir de los ciudadanos de una manera concreta y directa, ya que el libro llega a manos de los políticos y aunque en un inicio no cambien de proceder, marca un precedente que la gente no está contenta con la gente que los gobierna, que no comparten la idea de país que mencionan en sus discursos con la realidad de la ciudadanía.

Del mismo modo la denuncia de la mala propaganda política, sirve como parámetro para cuestionar a la gente que decide el manejo y diseño de la campaña de los candidatos ya que se limita a cumplir canones establecidos, y no propone soluciones nuevas. Por lo tanto éticamente no cumple porque simplemente se repite.

Para la ciudadanía, la acción de López Castro contribuye a solicitar a los gobernantes replantearse el manejo de los recursos para emplearlos realmente en proyectos para buscar el beneficio de la sociedad.

Finalmente el registro que consigue el libro *Caras Vemos* es reflejar el sentir de la gente que no sabe como hacer llegar su mensaje a los políticos, del mismo modo el texto del escritor Woldenberg contribuye en fundamentarlo textualmente, reforzando el contenido de la denuncia.



Figura 189 El libro es un registro fundamentado para denunciar la deficiencia de la propaganda política

4.1.5.1 Obra **Sin Título /** **Leonardo** **Alexis Azevedo** *Repercusiones Sociales*

El análisis del proyecto de expresión personal de este autor parte de la reflexión que se enfoca hacia el público y las manifestaciones que generaron la participación consciente o inconsciente de la gente.

El trabajo de Alexis tiene el objetivo de mantener una relación con el individuo, de este propósito, la intervención de la Plaza de la Iglesia de la Soledad permitió la interacción del espectador y el artista.



Figura 190 *El proceso de trabajo propicia de manera natural la interacción con la gente*

Todo individuo que participó mediante el hecho de permitir retratar su sombra, o incluso pintar la de otros, se convirtió en un elemento activo de la obra.

Al dejar momentáneamente su papel de espectador; también provocó por un momento dejar su cotidianidad para acercarse a una actividad plástica de manera lúdica. Conseguir mediante una manifestación artística, hacer reflexionar a la gente incluso divertirse en la calle que transita normalmente se vuelve el momento en un acontecimiento.

Así como se habló, que la función elemental de un mensaje visual es brindar información, las piezas de arte ayudan a los individuos a contemplar mejor su entorno y sensibilizarlo.

La documentación del espectador respecto al tema de la obra, servirá para apreciar en mayor grado los detalles que la conforman. Pero incluso el simple hecho de estar observando arte, sirve al individuo para disfrutar más las formas y el contexto que lo rodea.

La experiencia fue significativa, porque la intervención del artista generó una actividad pública momentánea para cambiar la manera de interactuar del público con el lugar.

El hecho de llevarse a cabo en un lugar público, provoca la retroalimentación entre el autor; la obra y el público. El primero la propicia con una intención pero el mismo desarrollo genera acontecimientos no previstos como lo son las reacciones de la gente registradas por Azevedo como percibir a gente que regreso al día siguiente con acompañantes para señalar en dónde se encontraba su sombra.

La intervención tanto del lugar como de la gente va conformando y modificando la idea original para constituir otra finalmente.

4.1.5.2 Libros Infantiles

Alejandro Magallanes

Repercusiones Sociales

La palabra personal se utiliza para referirse a las cualidades propias de una persona. En el caso del diseño gráfico abre la posibilidad de analizar el trabajo de un autor desde otros aspectos externos a la disciplina y percibir que tienen repercusiones en el trabajo y trayectoria profesional de quien los produce.

Alejandro Magallanes ha conseguido vincular sus intereses individuales con sus cualidades como comunicador visual a través de todo proyecto en el que interviene.

En el diseño de libros infantiles, encuentra similitudes con la manera de diseñar un cartel. La intuición de seleccionar objetos por sus cualidades visuales, los cuales poseen una historia que proporciona diferentes texturas y connotaciones a la composición. La tipografía manual, el uso del color el dibujo espontáneo elementos que se integran para hacer expresivo al mensaje visual.

Los planteamientos que equilibran la conformación de sus libros, van desde los personales con el cuestionamiento ¿Qué libro le gustaría regalarle a su hija? y ¿Qué forma debería tener? con el propósito profesional de divertir a un niño al momento de pasar de una página a otra.

Recuerda en su infancia sentirse estimulado a imaginar por algunos libros, experiencia que desea repetir para detonar la creatividad de los niños. En este sentido ha sido retroalimentado por sus lectores a través de talleres que han utilizado sus libros, concretamente el titulado *Esto no es*, en donde los niños comprenden la invitación al juego desde el inicio y han propuesto cosas que le parecen más sorprendentes al mismo autor que las que contiene el libro.

Otra manera de encontrar las repercusiones de los libros infantiles de Magallanes es a través de las editoriales que los publican. El diseñador expresa que ha acumulado muchas amistades en el medio, que en su mayoría son sus clientes a los que considera sus cómplices, término bien ganado ya que al observar el trabajo de este autor se percibe que asume riesgos, en las ideas y en la representación gráfica, para dejar un espacio en la interpretación del espectador para que concluya el mensaje.

En un artículo de la publicación *Sácale jugo a la lectura*, hacen la recomendación del libro *Dos círculos centrados* de autoría de Magallanes. El artículo explica que los niños al leer, emplean todos sus sentidos y su cuerpo, eso justifica que sus materiales sean resistentes, con colores que provocan experiencias sensoriales. Los textos breves permiten ser leídos en voz alta y facilitan que se graben en la memoria del niño para recordar los objetos de su entorno. Hablando específicamente del libro *Círculos concéntricos*

“Este ejercicio indudablemente constituye una extraordinaria herramienta para dar rienda suelta a la imaginación. El niño observa, asocia, organiza y después es capaz de evocar y crear. Por otra parte, la asociación entre palabra e imagen forma parte del proceso complejo de adquisición del lenguaje tan propio del niño de edad preescolar.”⁹³

El libro *Dos Círculos centrados*, nace de una reflexión de Magallanes al leer textos del maestro de la Bauhaus Herman Bayer en los que habla de la percepción de los objetos y como están constituidos, este experiencia a través de la unión de dos círculos, con el uso del color y pocas palabras, el autor demuestra como la misma apariencia de dos figuras pueden representar diferentes objetos.

Para esta tesis lo relevante del análisis de los especialistas en ediciones infantiles es que encuentran varios elementos que sustentan a la publicación mencionada y esto quiere decir que el trabajo personal del diseñador corresponde con los parámetros que enmarcan la utilidad de una publicación infantil. Respecto al proceso de trabajo del autor, la contribución de esta práctica está en su desempeño, que se diversifica y se hace divergente para renovar los resultados a los que llega.

Entre los beneficios que han generado la publicación de los libros de este autor, se encuentra el reconocimiento de premios como en el libro *¡Ven Hada!* de Ediciones SM que obtuvo la mención en la feria del libro infantil de Bologna Italia, este tipo de reconocimiento sirven para difundir y avalar el trabajo de Magallanes y de la misma editorial quién publica sus ideas.



Figura 191 El 4 de enero del 2011 en su blog el diseñador se manifestó en contra de la violencia con esta imagen y la misma ha tenido la repercusión de ser reutilizada

⁹³ Magallanes Alejandro, ob. cit., nota 82.

4.2 Repercusiones Profesionales

Las empresas miden la efectividad de sus trabajos con resultados de acuerdo con objetivos previstos. El análisis de las repercusiones que generan los proyectos personales en el trabajo de los autores se convierten en un parámetro que determina su utilidad profesional.

Después de analizar cada uno de los proyectos del capítulo anterior, la impresión inicial de ser diseñador y productor es, realizar una actividad adicional a su desempeño profesional, en la que se incorporan inquietudes personales del individuo.

El diseñador sin desprenderse de su profesión, amplía sus funciones para reflejar; interés por la elección del tema, determina el entorno de trabajo junto con los objetivos que plantea en cada trabajo. Esta actividad a su vez retroalimenta su vocación de comunicador gráfico, al inducir a su autor a nuevas experiencias laborales.

Con el fin de valorizar los proyectos personales, este apartado, retoma los proyectos antes mencionados para analizarlos a partir de las repercusiones que producen, la trascendencia que tienen en la actividad profesional de sus autores para observar qué beneficios aportan los proyectos a su trayectoria como diseñadores gráficos.

A parte de la experiencia personal, adquirir nuevas habilidades, generar opciones de empleo o, como ha sucedido, la intención de averiguar: ¿La manera influyen los proyectos personales en el trabajo que venían realizando el diseñador?

4.2.1.1 Taller en Vida

Arturo Negrete

Repercusiones Profesionales

Taller en Vida contribuyó con la difusión del trabajo de Arturo Negrete entre las nuevas generaciones de diseñadores y reactivar las colaboraciones con diseñadores conocidos en el Taller 75°.

El evento se distinguió por apreciar esta modalidad de promover el trabajo del diseñador alejándose de su función comunicativa para verlo más en el plano plástico. Desde este punto de vista los diseñadores que asistieron, sin importar el lugar que ocuparon en el evento, fueron estimulados por la idea del impresor para producir, desde la perspectiva de la expresión personal, para dar a conocer su trabajo.

En la parte productiva la percepción del Taller 75° es el incremento de trabajo, empezando con la solicitud de colaboradores ya conocidos para la impresión de ilustraciones, es decir el perfil de trabajos nuevos tiene similitud con la perspectiva de Taller en Vida, al mismo tiempo sí han venido incorporando promocionales de diseñadores, y diversos proyectos como la impresión de playeras en donde la constante es que su autor pretende vender el trabajo por cuenta propia.

La parte espontánea del esfuerzo de Negrete se está viendo reflejada en las invitaciones a eventos realizados en galerías de arte, los cuales, mediante invitaciones, han solicitado la presencia de 75° como expositor; por ejemplo la inauguración de la Galería Pillbox, en donde su participación se distinguió por imprimir con el público presente, la obra gráfica de su hijo Arturo por solicitud del organizador. En dicha presentación Negrete concretó la idea de continuar difundiendo las piezas de Taller en Vida, mediante su exposición en la misma galería.

Este tipo de evento se ha sumado otros similares en donde se aprecia la apertura para este impresor de incorporarse en el ambiente de galerías de arte con una visión más alternativa.

La efectividad de la idea Taller en Vida se consolidará con la realización de su segunda edición, que se ha venido realizando en el 2010 en diferentes sedes como Puebla con Germán Montalvo en la galería Musa y Toluca.



Figura 193 Inauguración Galería PillBox



Figura 194 Presentación de Taller en Vida, Galería Vértigo

4.2.1.2 Libro de Magia / Art Toys

Estudio Zoveck
Repercusiones Sociales

Los proyectos de autopromoción realizados por el estudio Zoveck forman parte de sus actividades dentro del diseño gráfico y estructura del estudio. La experiencia de producirlas ha provocado cambios en el desempeño profesional de estos diseñadores. Para Carrasco, aportan la confianza para continuar proponiendo cosas nuevas sin ningún pudor; esta actitud le ha servido para adquirir una mayor confianza a la hora de negociar con un cliente, respetando que quien contrata al diseñador no tiene que ser un especialista en la materia, sin embargo, aun así hay relaciones laborales en donde el comunicador tiene que defender la propuesta convencido de la utilidad y originalidad que al final de cuentas representan no sólo las características de su trabajo, sino también en beneficio para quienes van a ser el emisor y receptor del mensaje.

Otro factor de los proyectos personales que inside en el trabajo cotidiano de Estudio Zoveck, es la motivación de continuar generandolos. En este sentido el trabajo por encargo adquiere un mayor significado ya que entre sus funciones esta solventar los proyectos que cumplen expectativas personales. Al final de cuentas se observa el incremento de producción gráfica del estudio.

La inercia que genera el trabajo personal, ha llevado a sus autores a incorporarse en proyectos que contrastan con su desempeño habitual, esta práctica trae consigo la experimentación con nuevos materiales. En su caso particular, los personajes que hasta el momento han producido varían de uno a otro.

Técnicamente la experiencia respecto al manejo de materiales que han venido incorporando en su *art toys* les ha ayudado para ir ajustando la planeación de la idea en los costos de producción para que sus trabajos funcionen mejor económicamente. Esto demuestra que hay un equilibrio entre su visión creativa para el diseño y la parte empresarial para consolidar el estudio.

En esta visión, el apoyo y actividad de las galerías de diseño como Kong en su momento y ahora Vértigo y Gurú, han contribuido como un espacio para dar a conocer el trabajo de varios diseñadores, además promueven la cultura de coleccionar objetos de diseño, actividad que representa una manera de retribuir económicamente los trabajos que se realizan de forma alternativa.

Por otra parte, como se mencionó en las repercusiones sociales, la aportación de los proyectos de autopromoción que ha obtenido Zoveck, es que han contribuido con la generación de clientes que a su vez representan las mayores satisfacciones profesionales de su trabajo. Otro ejemplo de ello, es el trabajo que realizaron para MTV del que aclaran:



Figura 195 Imagen del evento de MTV Latino

¿Como fueron contactados por MTV para diseñar su imagen?

“Fue en el 2005 - 2006, fueron dos años seguidos. Ellos hicieron contacto como muchos de nuestros clientes que han llegado a Zoveck: tienen nuestros productos que están a la venta en estas tiendas de diseño; algunos los han comprado para regalarlos en intercambios. Curiosamente ha sucedido en las agencias de publicidad. Ellos ven el producto y se imaginan algo específico para su marca, pero con el estilo Zoveck. En el caso MTV alguien de ellos vino a México y le regaló el Santo y el libro de Magia al director de mercadotecnia en Miami. Le gustó y justo se iban a celebrar por primera vez los premios MTV en México, entonces nos habló.

Había estudios Argentinos concursando por su cuenta y ya estaban por hacer el logotipo y la imagen, pero querían que participara un despacho mexicano porque finalmente se realizaría en México y ningún estudio mexicano estaba en la terna.

Nos invitaron especificando que había varias rondas, hasta llegar a un ganador. Nuestra ilusión siempre era MTV desde que estudiamos diseño y no conocíamos lo mal que paga y cosas así. Nos pareció genial por lo de la televisión, aunque no nos agradan los concursos, porque luego son un desgaste y al final no pasa nada.

Estuvimos mandando propuestas, nos enviaron correcciones, hasta que nos dijeron que habíamos ganado. De ahí fue cuando vino todo este paquete gráfico grande porque viene todo lo de la televisión, diseñamos cosas para del escenario en la entrega de los premios y promos que pasaban antes los premios; de ahí hicimos buena relación.

Los premios desafortunadamente no se transmitieron, no se televisaron por el huracán, para nosotros fue triste, porque no se mostró el trabajo que desarrollamos. Con el tiempo nos invitaron a desarrollar otros proyectos a raíz de lo que habíamos hecho para MTV, e hicimos paquetes gráficos para programas que nos pedían.

Queremos que la gente que llega a nosotros comparta el gusto, sea nuestro cómplice. Y afortunadamente lo hemos logrado, porque saben a que le tiran con nosotros.”⁹⁴

La difusión del trabajo de estudio Zoveck se debe en gran medida a sus proyectos personales. Aunque parece lógico que hay una reacción en la elaboración de un proyecto, sin importar su magnitud, los proyectos de autopromoción han resultado una ventaja para estos diseñadores, ya que al mismo tiempo que definen el rumbo de su trabajo. A los clientes potenciales les facilita la decisión de contactarlos, por la manera de diseñar y estar consciente del trabajo de este estudio de diseño.

4.2.2 Grupo Horma

Iván W. Jiménez

Repercusiones Profesionales

Una de las aportaciones de la actividad de diseñar se encuentra en la dinámica que representa cada proyecto o cliente. Propicia para el comunicador gráfico el requerimiento de documentarse para producir un mensaje objetivo para hablar en forma específica acerca de cada tema.

La práctica de diseñar la revista ENE O junto con la organización del ciclo de conferencias conmemorativo de sus aniversarios, a los que se han sumado los cursos en donde se vincula el diseño y el arte, han provocado en Iván Jiménez la posibilidad de relacionarse con la fuente directa de la información en el contexto del diseño con autores nacionales e internacionales que constituyen los contenidos de los eventos de diseño que ha generado.

Este trato directo amplía la perspectiva de cualquier diseñador para analizar detalladamente, desde el aspecto humano, administrativo y profesional el trabajo de los autores seleccionados.

Del mismo modo, el mérito de continuar realizando esta publicación de diseño, va enriqueciendo la práctica del diseñador junto a sus colaboradores.

Los trabajos personales de Iván W. Jiménez han propiciado el ser identificado en la comunidad del diseño gráfico por universidades de toda la república en donde se solicita su presencia para ofrecer conferencias o cursos relacionados con la disciplina.

Su aportación a esta tesis es percibirse que su proyecto original generó otro. Con la decisión del diseñador de formar Grupo Horma reafirma su postura de trabajar en forma independiente en el ambiente laboral y los proyectos que le entusiasma realizar. Y aclara mediante las siguientes preguntas.

¿Cuál es el origen de Grupo Horma?

“Surge de la inquietud de potencializar trabajos a partir de la sociedad que tengo con María Romero que es artista visual y yo como diseñador cada quien en su área. Pero después nos dimos cuenta que podríamos compartir nuestro aprendizaje, nuestro conocimiento.

Entonces decidimos que todo lo que hagamos en el grupo tiene que vincular las dos disciplinas. Y también surge porque desde la escuela a los diseñadores nos dicen que el diseño no es arte pero lo único que es cierto es que no podemos negar nuestro orígenes, pues el diseño empecé por artistas ya que el primer trabajo de diseño era muy artístico. Por ejemplo el diseño del cartel.”⁹⁵

¿Cuáles son las características que distinguen a los Talleres de Grupo Horma ?

“Tienen un enfoque arte - diseño, Se llama Grupo porque convoca a mucha gente para hacer principalmente intervención urbana. Iniciamos con un proyecto de rodear el zócalo con soldaditos de plástico, el día de la bandera,

⁹⁵ Jiménez W. Iván, ob. cit. nota 59



Figura 195 Los talleres son impartidos por diseñadores destacados como el Maestro Gabriel Martínez Meave

luego hicimos carteles en la calle y ahora el proyecto más recurrente es hacer hongos tejidos con estambre y ponerlos en la calle.

Por ejemplo en el taller de tipografía con Gabriel Martínez Meave, al finalizar invitamos a un artista para que platique con los chicos, pero ese artista tiene que ver con el tema del taller en ese caso el escritor del libro *Caligrafías*, que no tiene nada que ver con las técnicas y hace alusión a otros escritores.

Es un poco como una metáfora de la escritura, entonces todo se redondea así. Todo lo que hacemos tiene que ver con las dos disciplinas.”⁹⁶

¿Que resultados han obtenido ?

“Más que una formación, la idea es que la gente que venga crea que es posible lo que quieran hacer. No nos interesa que aprendan a usar técnicas, photoshop, illustrator, In design, sí nos interesa más la parte de la conceptualización.

Es posible hacer las cosas, porque llega mucha gente con miedo y creen que no lo pueden hacer.”⁹⁷

Por su parte el mismo Maestro Meave considera como particularidad de impartir talleres en Grupo Horma que son clases que no estan asociadas al aula, esta situación propicia una mayor libertad al estudiante, alejando la preocupación por la calificación, que en la mayoría de ocasiones en la formación del alumno se vuelve más importante que el mismo aprendizaje.

El resultado del aprendizaje en Grupo Horma es comprobado con el tiempo afuera de taller; por ejemplo del curso de caligrafía el Maestro Meave comenta que algunos alumnos lo han contactado para mostrarle su trabajo, percibiendo el desarrollo de la calidad de su escritura. mediante la práctica en su tiempo, a nivel personal.

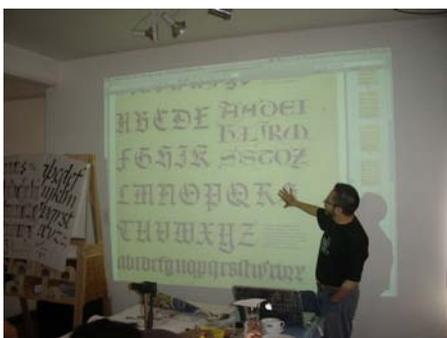


Figura 196 El cierre del taller se presenta mediante una conferencia

⁹⁶ Ídem

⁹⁷ Ídem

4.2.3.1 Pecados Capitales

Lourdes Zolezzi

Repercusiones Profesionales

El mismo planteamiento del proyecto, establece la dinámicas que lo caracteriza. El carácter multidisciplinario de *Pecados Capitales* contribuye con la interacción de quienes participan, desde la colaboración con autores de diferentes disciplinas, hasta la experiencia de observar el proceso, el análisis, el intercambio de ideas hasta la conformación de cada una de las propuestas.

Para Zolezzi la retribución de originar la idea del proyecto se ve reflejada en la experiencia de asumir la función de organizadora del conjunto de participantes. La coordinación incluyó acercarse a organizaciones y conseguir colocar los carteles en los parabuses. Definitivamente esta experiencia facilita las actividades a futuro en donde deseé involucrarse.

En el campo profesional, este tipo de proyectos establece un antecedente para encontrar formas para emprender soluciones a problemas que aquejan a la sociedad, a partir de las habilidades que cada individuo posee, en este caso el medio gráfico.

Su conocimiento es un referente de soluciones de trabajo desde conseguir apoyos para producir; analizar la interacción del diseñador ante un problema social hasta la manera de colaborar con otros especialistas y retroalimentarse de otros especialistas.

Pecados Capitales contribuyó con la flexibilidad como una cualidad que se suma al trabajo cotidiano de Zolezzi, debido a la versatilidad de las visiones y habilidades de los autores que amplían, reafirman y cuestionan la idea original del proyecto.

Por su parte, la participación de los autores, reconocidos por su trabajo, refleja su identificación con los objetivos del proyecto, hecho que implica aceptar los lineamientos para su realización. La experiencia significó incorporar formas de trabajo como informarse qué es una ONG, para contemplar la utilidad del mensaje, la percepción del individuo y la colocación del cartel en la calle.

En su trabajo de cartel, los ejemplos mencionados le han proporcionado a la autora la satisfacción de observar que la inquietud de comunicar una reflexión, es compartida por otras personas. Este acontecimiento le agrega un valor al trabajo porque sus carteles han sido utilizados por asociaciones extranjeras para difundir sus actividades. En ambos casos, el de los niños y el de los derechos de la mujer se ha solicitado su autorización para su uso.

Los detalles que se van sumando a un acontecimiento que vivió la autora se transforman en un mensaje visual que exterioriza un problema, y posteriormente encuentra portadores del mensaje. Este aprovechamiento de

asociaciones que utilizan el trabajo de Zolezzi representan un aval de efectividad, ya que sus mensajes llegan a ser universales por ser comprensibles y relevantes.

Como repercusión es común observar en sitios digitales, el registro de las invitaciones para impartir conferencias sobre su experiencia profesional.

La repetición que se utilizó para hacer referencia de su trabajo corresponde con el hecho de recibir premios internacionales de cartel, lo que hace coincidir la aceptación de su trabajo tanto en el medio del diseño como con en la sociedad.

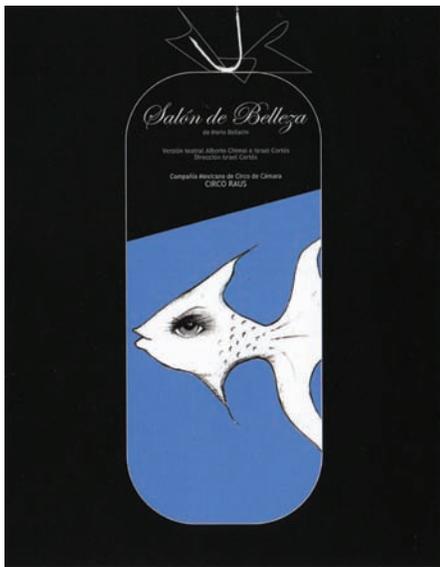


Figura 197 Diseño Lourdes Zolezzi para una Compañía de Teatro Experimental

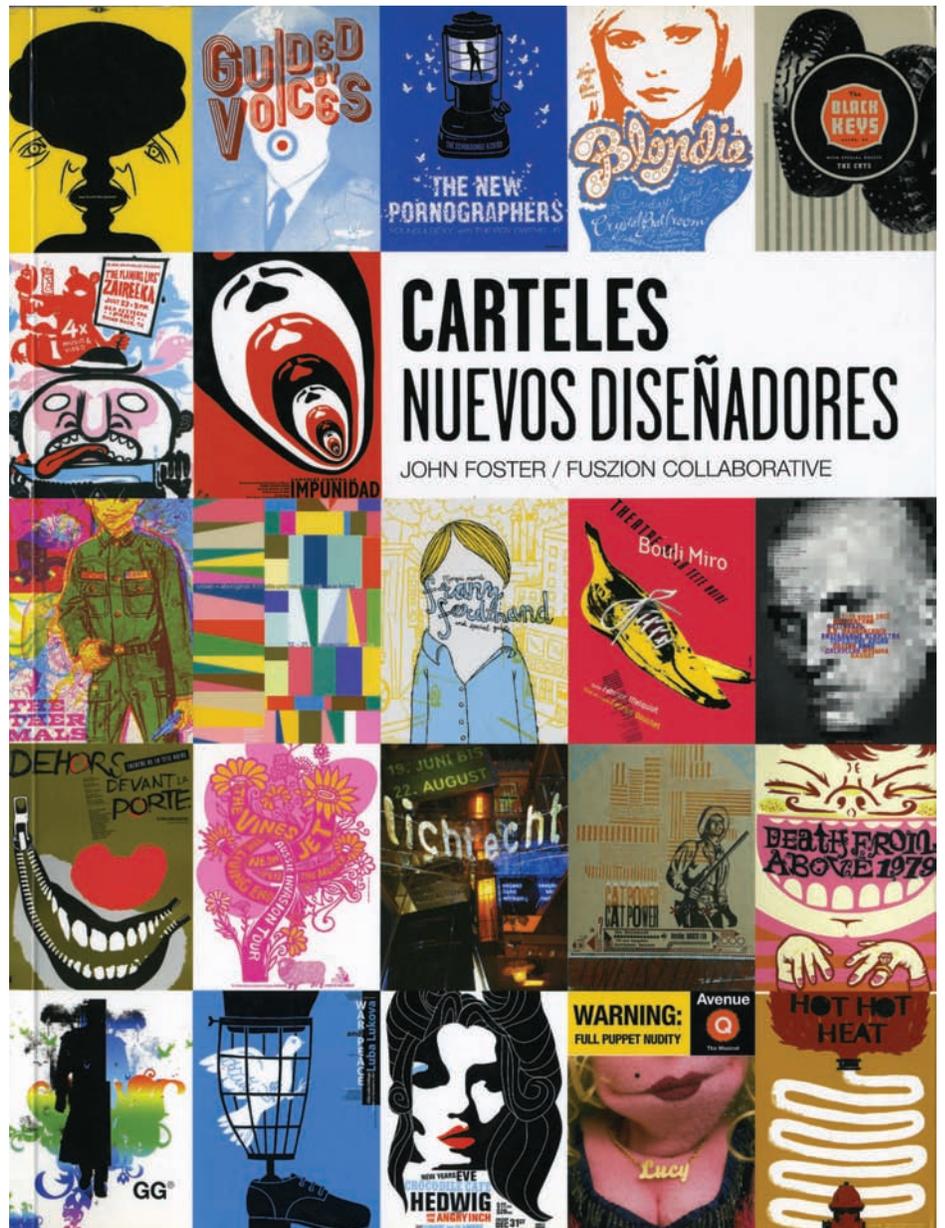


Figura 198 Sus trabajos como el anterior han sido publicados en libros especializados

Los proyectos y la trascendencia es determinada cuando el mismo diseñador los produce, en el caso de la repercusión profesional de los proyectos personales cuando se le consultó a Villaseñor se mostró extrañado debido a que está acostumbrado a que un proyecto de diseño se concibe para funcionar y entonces por añadidura tiene repercusiones. Después bromea al comentar que lo que ha provocado con sus proyectos personales es llegar a ser padrino de 8 niños en un sólo día por los lazos que se crean con la comunidad con la que colabora.

Lo excepcional del caso de Villaseñor es observar el ideal de trabajar en lo que a cada individuo le gusta hacer; los proyectos personales mediante su implementación sistemática a su trabajo acentúan la función de darle sentido a su disciplina como diseñador y a su vida misma como individuo.

Formando su propio sistema de trabajo, con la capacidad de solventar la elaboración de los proyectos y ser retribuidos a la vez económicamente. En donde el trabajo nunca termina por que siempre hay gente que necesita resolver un problema social y el diseño ha comprobado ser una herramienta de comunicación que contribuye para su solución.

La dinámica de trabajo, le ha permitido colaborar con otros especialistas que comparten inquietudes y contribuyen a diversificar sus campos de conocimientos y relacionarse en otros ámbitos como el político. El planteamiento del proyecto lo ha llevado a fundamentar leyes para ser aprobadas por las instituciones gubernamentales para hacer funcional la propuesta de diseño, y que realmente afecten o repercuten en beneficio de la comunidad.

De manera individual, estos proyectos representan una forma de mantener una continua actividad en el medio profesional. En la parte docente su trabajo aporta prácticas que enriquecen la experiencia formativa del alumno ya que lo hace reflexionar en la manera de aplicar sus funciones en una situación real, de la misma forma la amplía su panorama laboral al contemplar trabajar de manera personal o en el campo social del diseño.

La labor docente de este diseñador aporta al mismo programa de estudio de la institución educativa del diseño gráfico que actualmente se encuentra más enfocada en la parte administrativa que en la formativa de sus alumnos.

4.2.3.2 Libros Infantiles / Casa del Volcán

Carlos Villaseñor
Repercusiones Profesionales



Figura 199 Carlos Villaseñor produce proyectos personales de manera constante

4.2.4.1 Libros Infantiles

Gustavo Amézaga Heíras

Repercusiones Profesionales

La trascendencia de los libros producidos por Linterna Mágica con un enfoque en la disciplina, se refiere en identificar la manera en que el proyecto repercute en la vida profesional del diseñador.

Amézaga considera con la edición de libros infantiles haber incrementado sus funciones, ampliando su rango profesional, museógrafo e historiador. Trasladando sus motivaciones personales al campo profesional.

La evidencia de que un buen proyecto genera otro, se encuentra en el *Libro el Diario de Anita Osio*, el cuál fue editado en el 2009, llevando a sus autores Ana Margarita y Gustavo Amézaga realizar la exposición de todos los objetos y documentación empleada para realizar el libro en el Museo de la Máscara en San Luis Potosí. 2010

La exposición permite al espectador percatarse de la documentación de los autores en la realización del libro, al observar el acervo tan extenso en; diarios, grabaciones, libros, fotografías, vestidos, banderas, pinturas, juegos, objetos de uso común de la época que respaldan la veracidad de los datos relacionados con la época e historia del país presentados en el libro.

Los objetos editados en la publicación son expuestos como piezas de museo. Observar su belleza y respaldar su utilidad a través de los textos descriptivos en el recorrido de las cuatro salas de la exposición, llevan al espectador evocar el pasado, porque al final de cuentas un objeto es parte de la historia de cada uno como individuo.

Por su parte a las funciones de editor de este autor; se incorporan (sin ser la primera vez) las de museógrafo para conseguir con el montaje de las piezas un recorrido coherente con las secciones del libro. Su uniformidad se consigue al presentar en el inicio de cada sección, la ampliación de las páginas de libro que coincide con los objetos que se encuentran en la misma sala.

La exposición es versátil, presentan la escena de una mesa arreglada para la comida representando la cotidianidad de la vida de esa época, como también todo tipo de objetos como papalerías personales, tarjetas tridimensionales, diferentes juegos de mesa, cada grupo de objetos tiene su respectiva ficha lo que convierte el recorrido de la exposición de la observación a la lectura.



Figura 200 La exposición rememora el cambio de siglo mediante los objetos cotidianos y su descripción

RLC en el año 1992 durante su conferencia por ser designado presidente del jurado de la Segunda Bienal del Cartel en Méjico, decidió comentar su trabajo por medio de la colocación de carteles en el muro del auditorio, dejando a un lado la presentación de diapositivas que se acostumbraba en este tipo de eventos. Su argumento era que de esa forma se aprecia el cartel tal y como es.

De la misma manera que sus carteles, los libros que elabora como proyectos personales hablan de su compromiso con sus convicciones en donde no separa el individuo del profesionista. En ellos el autor enseña con la decisión de elaborarlos, aun sin la solicitud de un cliente que son un factor que contribuye a la continuidad de generar ideas y llevarlas a cabo hasta su producción. Aunque parece obvio, la disciplina sólo es una extensión del individuo y su actividad es eficaz siempre y cuando se integre a la sociedad.

La impresión que deja conocer a López Castro sirve para apreciar como su desempeño como diseñador lo satisface como individuo.

Su trabajo personal está constituido por carteles y libros en estos últimos en su planeación contempla la colaboración de diferentes especialistas que López Castro aprovecha para enriquecer el contenido de la publicación, esta interacción que la mayoría de veces son amistades, muestra la parte lúdica de la elaboración de los proyectos personales, abre el espacio para incluir ideas al proyecto original, también refleja la experiencia del autor, que reconoce la participación necesaria de colaboradores para resolver cada elemento que conforma la publicación.

Para la reproducción de los cinco libros personales realizados hasta el momento, el autor ha planteado integrar instituciones que los financien, estas colaboraciones las consigue debido a que los proyectos continúan teniendo la estructura de todo proyecto de diseño comunicar un mensaje a alguien, y los temas que tratan se vinculan con las funciones que realiza cada institución, lo que demuestra que el acierto de López Castro es pensar en el patrocinador adecuado para cada trabajo.

Del mismo modo esta situación hace que el trabajo personal del diseñador sirva como referencia para replantear la relación laboral con los clientes. Ahora, el diseñador presenta proyectos que reflejan sus intereses individuales, con propuestas que renuevan su trabajo cotidiano. Acontecimiento que repercute en provocar trabajos con clientes nuevos y con los ya conocidos.

Con López Castro, los proyectos personales contribuyen profesionalmente en mantenerlo activo, integrando a la disciplina, preguntas que le resultan interesante responder. En el proceso incorpora prácticas que le satisfacen realizar como la fotografía, ejercicio que ha aprendido de manera autodidacta y que ha llevado a su trabajo. Esta técnica es la que aparece constantemente en los libros que ha realizado.

4.2.4.2 Libros Político / Cultural

Rafael López Castro

Repercusiones Profesionales

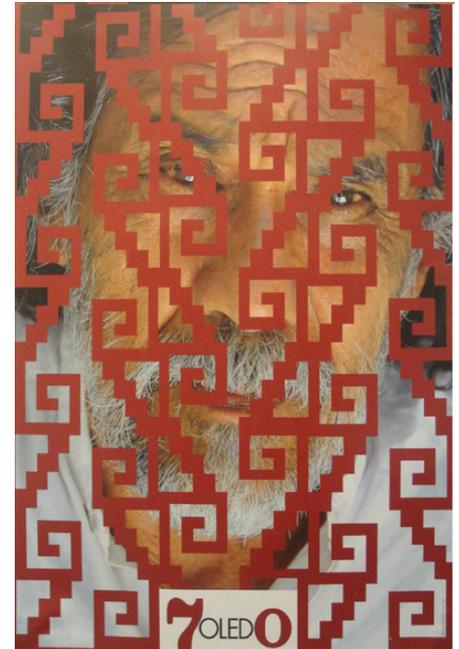


Figura 201 Cartel de Rafael López Castro como parte de la Exposición en Homenaje al pintor Toledo, organizada por iniciativa del diseñador y Germán Montalvo

4.2.5.1 Obra Sin título / Leonardo Alexis Azevedo *Repercusiones Profesionales*

Analizar el trabajo de Azevedo permite complementar la relación que se establece entre dos disciplinas, hecho que ocurre con frecuencia en los proyectos personales en donde la misma dinámica por realizarlo el trabajo lleva al autor a experimentar en otras áreas. En este acontecimiento la relación de artistas en el diseño muestra una faceta para observar de manera inversa, cómo otros especialistas de otra área, vinculados a la creación de imágenes, se expresan y generan propuestas que enmarcan un referente de la mezcla del diseño con otra disciplina, ya que también, el mismo trabajo de los autores se ve afectado por estar relacionado con el diseño.

Mediante la obra de Azevedo, se observan conceptos de diseño llevado a un plano plástico como la repetición.

La convivencia de ambas disciplina en el trabajo de Azevedo ha representado publicar su propuesta plástica mediante su página web, proyecto que actualmente se encuentra depurando, debido a su interés por separar la parte artística de su trabajo como diseñador de sitios web.

La idea de involucrarse en el diseño gráfico para realizar su carpeta de trabajos como artista, le permitió experimentar las posibilidades visuales de los programas digitales para incorporarlo a su trabajo plástico, esta contaminación como él la llama, se aprecia cuando combina conceptos y técnicas de diseño en su trabajo artístico. La sensación de apreciar conceptos gráficos como la gradación aplicada a su persona y su amigo travesti, es observar una pieza gráfica sin fines de comunicación, sino de expresión.

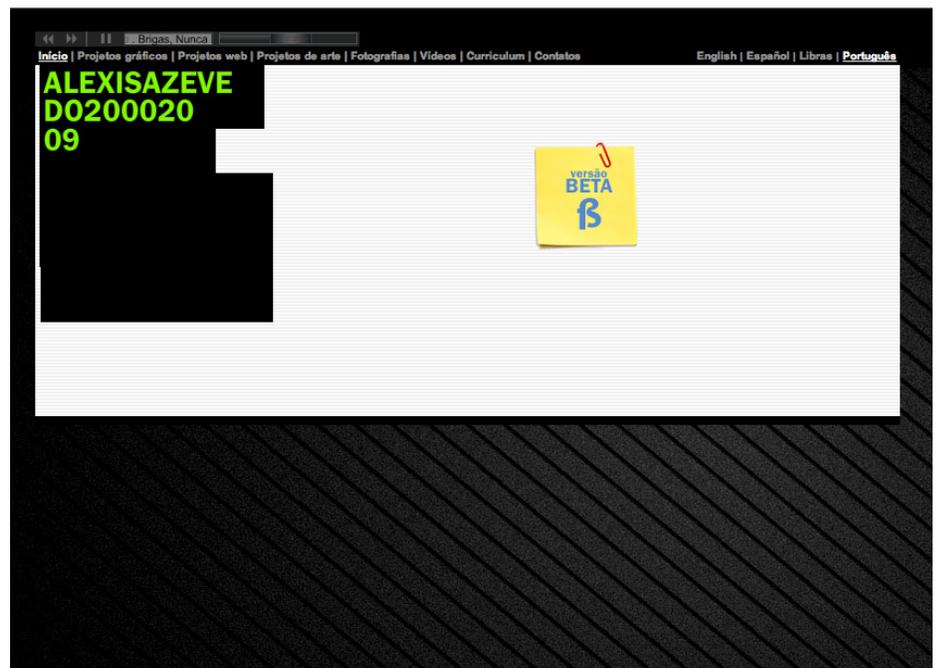


Figura 202 En la página Web, Azevedo incluye su trabajo gráfico y obra

4.2.5.2 Libros Infantiles

Alejandro Magallanes

Repercusiones Profesionales

Con Magallanes parece evidente pensar que la misma actividad de producir proyectos de diseño trae consigo la generación de nuevos. Es tal la cantidad de trabajos en los que participa, que permiten identificar en los que realiza de manera personal, contribuyen a su constante actividad que lo distingue.

Incorporando una serie de proyectos personales a su continuo ritmo de producción en el campo del diseño gráfico, han traído como consecuencia la ampliación de sus actividades en el diseño gráfico y su incorporación en las artes plásticas.

Entre los beneficios que identifica este autor están el incremento de invitaciones para participar en exposiciones como artista, estos acontecimientos los plantea como un espacio para recrear ideas en proyectos que cumplen una función diferente a la suya como diseñador gráfico. El hilo conductor con estas actividades es el interés por la generación de imágenes.

De manera natural el hecho de situarse en proyectos ajenos a los que acostumbran lo llevan a plantearse nuevos retos para diversificar sus medios de expresión y experimentación.

En el ambiente del arte, incorporó la participación de una psicóloga en su exposición *Sigo siendo*, para hacer un análisis de sus dibujos, y propiciar colaboraciones con diferentes puntos de vista al gráfico. La continuidad y diversidad de proyectos, lo han llevado a ser seleccionado para pintar un Audi a escala de un metro para recaudar fondos para una asociación que ayuda a niños con síndrome de Down, son proyectos que demuestran la identificación de su trabajo en un medio ajeno al diseño. La difusión que genera estas actividades relacionadas con el arte le han brindado a Magallanes contar con un mayor reconocimiento por parte de sus clientes, hecho que favorece la propuesta de ideas que son de antemano aceptadas.

La parte experiencial se aprecia con la misma dinámica de trabajo, al ampliar su campo de acción de manera natural, cuando incorpora otros medios técnicos para realizar animaciones en videos de canciones para grupos de rock, como las personales que han repercutido hasta ser invitado a participar al Festival de animación en Barcelona, para posteriormente presentar un ciclo de sus animaciones en el Festival de Animación en Tepozotlán.

En el terreno del diseño no podían faltar sus carteles, en donde Magallanes ubica que los personales sobre todo los políticos son los que mayor repercusión han tenido, consecuencia que la atribuye a los temas que son de interés general y por que son difundidos en las bienales especializadas de este medio.

Derivado de este tipo de trabajo, recuerda una acción pública que realizó

principalmente con Erick Beltrán a la que después se incorporaron más amigos, que consistía en la realización de carteles blancos que en la noche se pegaban en la cartelera publicitarias. La reflexión consistía en debatir estos espacios que la gente no tiene acceso, no los puede pagar, pero el público tiene que verlos y no recibe un beneficio de verlos, muchos menos una paga por parte de los anunciantes.

Esta acción se realizó en varias partes de la ciudad, durante la noche, en donde se percibió como parte del registro de la reacción, que hay un sistema de mantenimiento de los propietarios de estas vallas que quitaban inmediatamente sus carteles blancos, hecho que impulsaba volverlos a colocar durante la noche.

El acontecimiento curioso de este proyecto para sus realizadores fue observar que la gente empezó a pegar menús, y aparecieron consignas. Estas manifestaciones representan la recuperación de espacios públicos que generalmente no ocupa la gente.

La continuidad que resaltamos como una virtud de este diseñador, se ve retribuida con la inercia que generan los proyectos, inclusive las curiosas, por ejemplo término dirigiendo una obra de teatro a la que conoció porque era el encargado de diseñar su cartel, los directores cancelaron al final a realizarla. Por otro lado ha participado en diarios como cartonista en donde jamás se imagino que su función era más como editor que ilustrador.

Por último la diversidad de trabajo lo ha llevado a impartir clases en una universidad, actividad que no le es ajena ya que en su trayectoria los ha realizado en diferentes partes del mundo.

Como cierre de su investigación, incluiremos su reflexión sobre la relevancia de los proyectos personales en la formación de un estudiante, respondiendo.

¿Consideras bueno que los alumnos realicen proyectos personales en la escuela?

“Sí, sin duda. Considero que en la Universidad es cuando deben plantear estos proyectos personales que son parecidos a la tesis, que es una investigación con un objetivo y que puedes tener sentido del humor. Yo creo que son proyectos en donde puedes potencializar parte de tu personalidad. Es decir lo que hacen los trabajos distintos es la cantidad de personalidad que le agregues a ellos, es decir somos distintos por que hemos vivido cuestiones diferentes

tanto en familia como en las relaciones que llevas como la escuela, con tus padres, con tus amigos. Todas esas experiencias sí se llegan a reflejar en el trabajo. No que reflejes tus traumas pero se llegan a reflejar en la clase de persona que eres. Entonces sí tienes sentido del humor, se refleja, si tienes una visión dramática de la vida, melancólica y son cosas que no son el objetivo principal pero reflejan y hacen el trabajo distinto.”⁹⁸



Figura 203 El libro más reciente que ha escrito y dibujado Alejandro Magallanes 2010

⁹⁸ Magallanes Alejandro, ob. cit. nota 82

CONCLUSIONES

En la entrevista para ingresar a la Maestría en La Academia de San Carlos, el aspirante explica su anteproyecto de tesis. En mi caso, *La producción de proyectos personales del diseñador*, que desde aquel momento era el mismo pero completamente diferente al de ahora, por ser evidente la dificultad para fundamentarlo.

La pregunta ¿Para qué desarrollar una investigación que va a ser cuestionada por un grupo de maestros?, contribuyó en la realización de la tesis para construir una opinión propia acerca de un tema a través de las fuentes de información y exponerlo a la opinión de otros especialistas para avalar su contenido respecto a la disciplina.

Los proyectos en los que el diseñador es productor son una extensión de sus actividades profesionales. Las razones que motivan su realización son un reflejo de su personalidad para integrar inquietudes personales con sus habilidades técnicas y creativas propias de la profesión. Esta actividad lleva al productor del proyecto a mantener una actividad constante que repercute en su desarrollo profesional al ampliar su campo laboral.

El perfil profesional del diseñador que es productor de proyectos, generalmente se distingue por trabajar de forma independiente y establecer su propio ambiente de trabajo con horarios y temas específicos.

Los primeros proyectos elaborados por cuenta propia generalmente son utilizados para la autopromoción, en donde se aprecia la especialidad de su autor en la comunicación gráfica, con la función de determinar el público a quien se dirige.

La Maestría del diseñador autor de la Universidad de Visual Arts de Nueva York, muestra la vigencia del tema. Cuando aprueba la presentación de los proyectos en el ámbito académico establece los criterios y la versatilidad de los mismos.

Hay que recordar que Autor fue el primer término con el que se nombró a este tipo de proyectos, su uso, respaldó la intención del diseñador por dignificar su profesión.

La descripción de los proyectos personales en nuestro país contribuye con la documentación de la actividad profesional del diseñador gráfico. Al ser generados por su iniciativa tienen la relevancia de plantear nuevos rumbos técnicos o soportes gráficos para continuar estimulando su actividad profesional.

El registro de la descripción y clasificación de los proyectos personales en México, mediante una serie de entrevistas con los diseñadores que se distinguen por ser productores contribuye a la explicación del proyecto, actualizando la información sobre el mismo autor y la actividad del diseño gráfico en nuestro país.

El ejercicio de hacer una clasificación permitió comprender el origen, las funciones que se emplean para producir un proyecto, y las repercusiones que tiene con el público y confirmar que incrementa la actividad profesional del productor.

Mediante el estudio, aparecen los principales discursos de la profesión; el cultural, social y publicitario junto con los de edición y expresión plástica, cualidades particulares del productor de proyectos. Que llevan al diseñador reafirmar su lenguaje gráfico, experimentar hasta incorporar nuevas técnicas o incluso trasladarse a otras áreas relacionadas con la comunicación visual, pero con la constante evidente que se desarrolla profesionalmente.

La actividad alternativa del diseñador se consolida hasta llegar a ser una forma constante de trabajo, debido al reconocimiento por un público determinado y la capacidad del mismo realizador por encontrar la manera de producir nuevos proyectos y llegar a obtener una retribución de ellos.

Con el tiempo esta práctica del diseñador se ha venido manifestando en mayor medida debido al mismo sistema de vida del ser humano que se distingue por ser más independiente. En lo concerniente al trabajo, responde a una visión de encontrar nuevos caminos para continuar produciendo y confirmar su vocación de ser diseñador aún sin contar con un cliente.

Las variantes que manifiestan el proceso de trabajo del diseñador como productor de proyectos se encuentran en la conformación de los contenidos que tiene que definir él mismo, pero con el beneficio de obtener la responsabilidad del tratamiento del tema y objetivos que delimitan el proyecto.

Respecto a las condiciones para patrocinarlos, los participantes coincidieron en que obtener el dinero para financiarlos es un factor que condiciona su elaboración pero nunca un impedimento que determine su conclusión. Incluso la realización de proyectos personales les ha permitido mantenerse activos ante la situación económica del país.

Entre las virtudes de los proyectos personales del diseñador es la realización misma, en el proceso de plantearse nuevos retos para mantener una actividad constante y como consecuencia, ampliar el desempeño profesional de sus realizadores al fortalecer el gusto por el oficio que desempeña. Las reflexiones sobre las implicaciones y repercusiones complementan el

análisis del ciclo del trabajo del diseñador gráfico. La reunión de todos los proyectos trae consigo identificar las siguientes coincidencias.

Diseñadores

La condición laboral de los diseñadores que producen proyectos personales coinciden en ser realizados de manera alterna al trabajo con clientes. Por la misma razón se distinguen por tener experiencia profesional sin determinar una edad promedio.

Estos datos iniciales refuerzan la idea de considerar que la producción de proyectos se suman simplemente a la labor tradicional del diseñador que colabora con un cliente, pero también indica que su realización requiere de la experiencia de su autor para saber definir contenidos y objetivos previos que sirven como guías para no divagar, ya que sus autores pueden utilizar estos proyectos para experimentar pero siempre tiene la facultad de concretar y tener una repercusión con el mensaje ya sea por la respuesta del público al que se dirigen, conseguir el apoyo de instituciones para su reproducción, la colaboración de otros especialistas que aceptan participar. Es decir los proyectos tienen repercusiones por ser de interés común.

Las razones registradas para producir proyectos de diseño son muy diversas, van desde la experimentación, la necesidad de promocionar su trabajo, tomar un papel social a partir de sus habilidades en la comunicación social, pero todos los autores retoman como punto de partida su historia como individuo a la que se integra el momento de madurez profesional que lleva al diseñador, a determinar el rumbo de su trabajo.

En la producción de proyectos, el trabajo forma parte del bienestar del individuo ya que se identifica con lo que hace. Por su parte las funciones del diseñador continúan desde el momento que plantean problemas de comunicación, cuando denuncian problemas que adquieren relevancia por estar desatendidos por las mismas instituciones encargadas en resolver estos acontecimientos.

Estas razones enmarcan una cualidad en el desempeño del diseñador productor y se refiere a la constante de trabajo de *anticiparse*. Ya sea en la detección del tema y en el proceso de elaboración, cuando contempla el tiempo como un factor para la efectividad del proyecto, por ejemplo, conmemoraciones que no son tomadas en cuenta por el gobierno y que grupos de diseñadores consideran importantes, por ejemplo Fidel Castro como integrante de la Revolución Cubana, El aniversario luctuoso de José Guadalupe Posada como un historiador gráfico de nuestro país, un homenaje al pintor oaxaqueño Toledo, considerando que es relevante su obra y no es necesaria su muerte para reconocerlo.

La producción de proyectos, demuestra que este tipo de diseñadores trabajan más al ampliar sus horarios, funciones y sumar esta actividad alterna al trabajo cotidiano.

Como consecuencia sin ser una prioridad en la decisión de producir proyectos propios, tiene repercusiones profesionales. Generan una manera de autoemplearse cuando el diseñador percibe que se vuelve constante la solicitud del trabajo personal, tal es el caso de Alejandro Magallanes en sus invitaciones a eventos relacionados con el arte, o la solicitud de editoriales para publicar uno de sus libros. Y en el caso de Lourdes Zolezzi con sus carteles sociales es reconocida para posteriormente ser solicitada a impartir cursos, conferencias y el diseño de carteles de manera profesional.

Procesos

La constante que enmarca el proceso de trabajo del diseñador cuando produce, está en plantearse retos que lo lleven a abordar nuevos temas, utilizando otros soportes de la comunicación gráfica para continuar explorando sus habilidades y las posibilidades que ofrecen los avances tecnológicos del medio, en los que se perciben la incorporación en la animación, el arte urbano, elaboración de art toys entre otros.

Manifestaciones que reflejan tendencias de la gráfica actual y que abren las posibilidades de conseguir de manera lúdica, la vigencia de los autores con las nuevas generaciones de diseñadores como necesidades de las corporaciones.

También es evidente por parte de los autores reforzar soluciones gráficas del gusto personal, pero que son llevadas al plano de expresión plástica en donde se encuentran proyectos en lo que se alejan de sus funciones de la comunicación, porque algunos de ellos regresan a su formación artística. En estos casos es interesante observar la intención de mezclar dos disciplinas vinculadas con la creación de imágenes que dan como resultados la depuración de las mismas.

La magnitud y plantamiento del proyecto, matiza el proceso de su elaboración, en donde es viable la colaboración entre varios diseñadores y especialistas involucrados en la solución visual del trabajo. Esta experiencia lleva a la retroalimentación de ideas ya que en cada colaboración es evidente y equilibrada la participación de cada integrante.

En estos casos el diseñador asume nuevas funciones como la de ser director del mismo y contemplar aspectos administrativos que influyen en la solución de los proyectos como lo es la documentación sobre el tema y determinar las funciones de los colaboradores.

Ámbito

Es identificable encontrar que la mayoría de los diseñadores seleccionados realizan trabajos en el ámbito cultural. La explicación empieza desde el momento en que aparecen los créditos de manera individual en los proyectos y no el nombre de una agencia publicitaria que engloba el trabajo de todos los colaboradores.

En el aspecto laboral propiamente dicho la función cultural del diseñador lo lleva a desarrollar una investigación sobre el contenido de los temas y no sobre las audiencias. Esta posibilidad repercute en la apariencia, que favorece la experimentación para incorporar nuevas soluciones para un proyecto visual.

Comúnmente el ambiente cultural laboral favorece al diseñador en la toma de decisiones finales del proyecto. El cliente o institución confía el proyecto en el diseñador y éste a su vez, siente la libertad de proponer desde un garabato, dibujos expresivos, fotografías, soluciones tipográficas, que reflejan la flexibilidad de los contenidos que presenta el mensaje visual, siempre y cuando sea el resultado del compromiso de su autor por representar la esencia del tema que aborda.

Finalmente la realización de esta tesis lleva a reflexionar que el tema de estudio va desarrollándose, continúan apareciendo nombres de diseñadores, proyectos nuevos y funciones que explican como se concretan las ideas.

Con la presentación de este tema se abre el análisis para observar con el tiempo si este tipo de proyectos presenta una opción viable en la situación de la práctica profesional del diseño en nuestro país. Al contemplar la situación laboral que en muchas ocasiones no es favorable ni en el aspecto de desarrollo laboral como en el económico. Hecho que propiciaría la producción de más proyectos realizados por diseñadores con mayor experiencia y la generación de nuevos usuarios de diseño.

Páginas Electrónicas

www.adivac.org

<http://design.sva.edu/site/mission>

wikipedia.org.

Catálogos, Revistas, Suplemento y Diccionario

Oxman Nelson
RLC Diseño Gráfico
Trama Visual, Imprenta Madero,
México 1993

Reyes Patricia
Catálogo Carteles
Germán Montalvo, 1994

Xavier Bermudez
*Catálogo de la Primera Bienal del
Cartel en México*, Trama Visual,
México 1990

Magallanes Alejandro
*Catálogo personal Exposición en
Barcelona*
Fundación Guifré, Barcelona
2003

A! Diseño
Revista de diseño gráfico
Agosto - septiembre 1999

Revista Adgráfica,
Diseño y comunicación,
No. 2, Octubre, 1990

Revista ENE O,
ensayo de diseño no. 1

Revista Lúdica
Arte y Cultura del Diseño
No. 12 Abril 2002

Revista Lúdica
Arte y Cultura del Diseño
No. 1, Abril 1998

De la Mora Ignacio H.
Diccionario de la comunicación
Parainfo s.a. Madrid 1988

Tovar, Rodrigo
Suplemento Tomo del Periódico
Universal 2009

Entrevistas

Amézaga Heras, Gustavo,
México, D.F., Diciembre, 2009

Azevedo, Alexis,
México, D.F., Marzo 2010

Carrasco, Julio, (Zoveck)
México, D.F., Diciembre, 2009

Jímenez, Iván W.
México, D.F., Junio 2009

López Castro, Rafael,
México, D.F., Noviembre 2009

Magallanes, Alejandro
México, D.F., Octubre 2009

Martínez Meave, Gabriel
México, D.F., Agosto 2011

Negrete, Arturo,
México, D.F., Octubre 2009

Negrete, David, México,
México, D.F., Junio 2009

Rangel, Rogelio México,
México, D.F., Junio 2009

Romero, Sonia, (Zoveck)
México, D.F., Diciembre, 2009

Villaseñor, Carlos
Morelia Michoacán, Marzo 2010

Zolezzi, Lourdes
México, D.F., Agosto 2009

Bibliografía

- López Castro Rafael
Caras Vemos
México D.F 2009
- Shaughnessy Adrian
Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma
Index Box SL. 2005
- Magallanes Alejandro
Conversaciones y discusiones
Ediciones naranjo, 2009
- Esteve de Quesada Albert
Creación y proyecto
Institución Alfons el Magnam, Valencia
2001
- Csikszentmihalyi Mihaly
Creatividad, El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención
Barcelona, Argentina, México
Paídos 1998
- Rojo Vicente
Cuarenta Años de diseño gráfico
Trama Visual, Era, Imprenta Madero,
Fil Guadalajara, UNAM, México 1990
- Adorno Theodor W.
Dialéctica de la ilustración Fragmentos Filosóficos
Paídos, España 2002
- Pelta, Raquel
Diseñar Hoy
Temas Contemporáneos de diseño
Paídos, España 2000
- Frascara Jorge
Diseño gráfico y comunicación
Ediciones infinito,
Buenos Aires, Argentina 2000
- Frascara Jorge
Diseño Gráfico para la gente
Ediciones Infinito.
Buenos Aires Argentina 2000
- Prieto Castillo Daniel
Diseño y comunicación
Ediciones Coyoacán 2005
- Cháves Noberto
Diseño y comunicación Teorías y enfoques críticos
Paídos Iberica, Argentina (2009)
- Fiell Charlotte
Graphic Design for the 21 st century
Taschen G 2003
- Walter Benjamín
El autor como productor
Editorial Taurus, Madrid 1975
- Fishel, Catherine
El negocio del diseño gráfico
Divine EGG Publicaciones 2004
- Robyn Marsak
versión castellana:
Magdalena Senestrari
Ensayos sobre diseño
Diseñadores influyentes de la AGI
Ediciones Infinito, Buenos Aires
Argentina 2001

Magallanes Alejandro
Esto no es
Editorial sm mira otra vez, 2009

Torres F.
Función Social del Cartel
España 1976

Meggs Phillip B.
Historia del Diseño Gráfico
Editorial Trillas, México, 2002

Fuentes Rodolfo
La práctica del diseño gráfico,
Una metodología creativa.
Paídos Diseño, Barcelona 2005

Raye Robynne, Strassburger Mike
Modern Dog 20 years of poster art
Chronicle Books, San Francisco 2007

He Jianping
New Generation of Designers
of design series
Alejandro Magallanes
Index Book S.L. 2008

He Jianping
New Masters of Design of design
Niklaus Troxler
Maomano Publications España 2007

Poynor, Rick
No más normas
Diseño gráfico posmoderno
Gustavo Gill, México 2003

López Castro Rafael
Nuestro Señor de la Salud
Jalisco 2007

John O' Reilly
Sin Briefing:
Proyectos personales de
diseñadores gráficos
RotoVision SA, España 2002

Hirasuna Delphine
The Pentagram Papers
Chronicle Books
San Francisco 2006

Fleishman, Michael
Tu carrera como freelance
ilustrador o diseñador
Divine EGG Publicaciones, Barcelona
España 2001

Magallanes Alejandro
¡Ven hada!
sm mira otra vez 2009

Amézaga Gustavo
Vicente Rojo
Libros Quorum, México 1990

Anexo

Índice de Talleres Maestría en Diseño de Autor Escuela de Artes de Nueva York

Historias de Nueva York

En este taller de colaboración cada alumno selecciona a una persona para contar su historia con una variedad de medios de comunicación de diseño. Los estudiantes serán requeridos para desarrollar una interpretación humanista de su objeto.

Redacción y Diseño de la Reserva de Visual

Este curso combina las ideas y destrezas inherentes al diseño y la literatura hacia una expresión integrada y significativa. A lo largo del semestre los estudiantes desarrollan sus habilidades de escritura creativa a través de una secuencia de ejercicios de escritura continua, la escritura de observación, de titulación de objetos e imágenes, la improvisación teatral, narración de cuentos, escrito desde diferentes puntos de vista, la estructuración de una narración, la escritura como composición visual, reelaboración y edición, selección de textos de ejercicios de escritura. A continuación se establecen en una variedad de formatos de libros utilizando cualquier combinación de la tipografía, imágenes y símbolos. Se hace hincapié en la búsqueda de una forma visual que emerja del significado, el sentimiento y la forma inherente de un texto original.

Diseño Alguien puede Heart Touch

Es ampliamente asumido que las películas, la literatura y la música pueden llegar a nuestro centro emocional. Al mismo tiempo, parece ser más difícil para el diseño lograr la misma cosa.

Cruce de disciplinas: la autoría en la Web

Esta clase presenta a los estudiantes el desafío de la autoría de una experiencia Web fuerte. Centrándose en cómo el contenido puede ser manejado de manera efectiva, los estudiantes trabajan en un proyecto a lo largo semestre que les llevará a través de todas las fases de producción de un sitio Web, realizando mediante un documento que muestre la información, la recopilación de contenidos y navegación del sitio. Su proyecto final es en Macromedia Flash / híbrida HTML y se presenta como un campo real.

El Libro:

De la idea al paquete para los consumidores

El objetivo del curso es crear el concepto de diseño global, mediante la escritura, diseño, edición, envasado y comercialización de un proyecto.

La gama de formatos y géneros de libros ilustrados, libros infantiles, interactivos, y no ilustrado (ficción y no ficción). Se analizan desde la concepción editorial para el diseño hasta la producción y la comercialización. La clave para el examen será el "cliente" y la manera de satisfacer sus necesidades y expectativas, manteniendo la integridad creativa.

La realidad 3D de productos

Una clase dedicada a la pregunta, ¿Cómo se puede empezar a crear un prototipo? Esta clase prestar atención tanto al estudiante en el desarrollo de un prototipo de su producto específico para explorar los diferentes materiales disponibles hasta la demostración de métodos de trabajo con esos materiales.

Diseño e intenciones

El curso está estructurado para ayudar a

los estudiantes a examinar sus suposiciones acerca de su propio trabajo. Se inicia con un proyecto de restaurante donde se cruzan muchas consideraciones de diseño, la comunicación, de servicios, los espacios interiores, iluminación, color, comodidad, etc.

El curso continúa con una serie de ejercicios con la intención de perturbar o felicitar a los estudiantes los métodos de trabajo. En última instancia, el objetivo es desarrollar la conciencia de los estudiantes de lo que ya están haciendo.

Paul Rand en Memoria Lectura Series, Parte I

Cada sesión trata sobre un movimiento particular de los últimos 150 años. El curso es impartido por un diseñador profesional con la presentación de trabajos históricos significativos, sobre todo para influir en los diseñadores gráficos de nuevas generaciones. Se fomenta el debate entre los estudiantes para relacionar su trabajo actual al del pasado.

Paul Rand en Memoria Lectura Serie, Parte 2

Conferencias sobre la historia del diseño gráfico. Temas como el racismo y el diseño, el simbolismo y la cruz gamada, el tipo y la cultura, la modernidad y lo moderno, revistas de vanguardia del siglo 20, los años 60 la cultura del diseño, 20s-30s cubiertas de libros, y más. La conferencia final se dedica a la vida de Paul Rand.

Sólo tienes que escribir

Sólo tienes que escribir es una exploración de tipos de letra clásico y contemporáneo, que los estudiantes aplicarán a diez proyectos cortos en el transcurso del semestre. Cada semana, a cada estudiante se le dará una fuente para investigar y trabajar en un proyecto específico. Al final del curso, se obtiene un catálogo de las fuentes utilizadas con los proyectos de clase que demostrarán las aplicaciones que se obtuvieron.

Explica tú mismo

¿Cómo se utiliza el diseño para contar historias atractivas? ¿Cómo puede ayudar la gente a entender algo nuevo? Y ¿cómo se puede comunicar con claridad en su trabajo y sobre su trabajo?

Esto no es una información de clase de diseño, pero es para que el alumno piense en su trabajo y cómo otros experimentan.

En esta clase se trabaja en proyectos con restricciones, por ejemplo, escuchar a los oradores invitados con distintos puntos de vista, y pensar en hablar con los diferentes públicos a través de (y sobre) el diseño.

Presentación de tesis

Este curso introduce a los estudiantes y a los asesores de tesis de la facultad que le asignará ejercicios que están diseñados para iniciar la investigación y reanudar el proceso conceptual para el proyecto de tesis.

El diseño en 3-Dimensiones

Esta clase explora los proyectos de diseño desde una perspectiva tridimensional con los siguientes parámetros: que sean ambiciosos en su alcance, innovador, es en su enfoque, y valiosos para la empresa. Se propician debates sobre los conceptos de adecuación y la intención de lo que se refiere al diseño. Su práctica se centra en el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y la búsqueda de soluciones creativas a problemas.

Introducción al Diseño Crítico

El curso está diseñado para dar a los estudiantes las herramientas lingüísticas que necesitarán para descifrar las diversas tendencias culturales, filosóficas, históricas y políticas que impactan la manera en que pensamos acerca del diseño. Entre los temas que abarca el primer semestre se

encuentran: la semiótica, el estructuralismo, las teorías marxistas y el análisis posmoderno, así como los campos más pragmáticos de la investigación como la marca, la comercialización, la investigación visual y técnicas de lluvia de ideas. El curso pretende dar referencias para transformar el proyecto de tesis en productos viables.

Tesis de consulta

Curso que prepara a los estudiantes para identificar un producto adecuado para el desarrollo a gran escala y el público al que deberá dirigirse. El semestre se divide en cuatro secciones: el desarrollo de un estudio de investigación de mercado, redactar un plan de negocios, su comercialización y las ideas para llevarlo a cabo. Además, habrá seminarios sobre la teoría de diseño y fabricación de objetos de diseño, así como consejos sobre cómo elaborar proyectos de tesis viable que tengan un potencial mercado.

Tesis de consulta: Investigación y Escritura

Este curso prepara al estudiante en la investigación de audiencias necesarias para identificar un producto adecuado para el desarrollo a largo plazo. El semestre se divide en tres secciones: la propuesta de redacción y edición, la investigación y el desarrollo material y los medios de exploración. Además, el resultado final es un escrito, editado, diseñado y fabricado como prototipo de un libro.

Propiedad Intelectual y la Ley

La escritura, diseño, edición, envasado y comercialización. En este curso se examinan los conceptos generales de la ley y el derecho de propiedad intelectual que se aplica a la práctica del diseño. Las cuestiones jurídicas básicas del contrato y el derecho de propiedad, en el contexto creativo, el registro de derechos de autor, infracción de derechos de autor; el registro de una marca y la violación de imagen de marca y patentes. Además, el diseño y las cuestiones de la información presentada

por las nuevas tecnologías, tales como la Web, son incluidos en el contexto de este curso.

Tesis de consulta: Producción

Con la ayuda de un consejero de la facultad, los estudiantes elaboran un producto final listo para ser comercializado. Los estudiantes serán requeridos para hacer una presentación final al comité de tesis para su aprobación. El grado no se puede otorgar sin la aprobación de este proyecto final de la comisión.

Tesis de consulta: Exposición

En este curso, los estudiantes se encargan de diseñar e instalar una exposición de sus proyectos de tesis. Se dividen las responsabilidades de los múltiples elementos para la producción de un espectáculo que incluyen: diseño de la instalación, la producción de carteles, invitaciones y etiquetas de la exposición, las relaciones públicas y la redacción, coordinación de proyectos, presupuesto y recepción de apertura. Como grupo, van a descubrir cómo crear componentes de la exposición de sus tesis. El curso culminará con la exposición de la tesis.

Tesis

En esta clase, los alumnos presentarán su producto potenciales, al mercado.

Índice de Imágenes

Figura 1

Familia Univers, pag. 14

Signos Símbolos y Marcas, pag. 133

Figura 2

Logo Campa Cola, pag. 14

Revista Colors No. 2 Primavera Verano 1992 pag. 18

Figura 3

Símbolo, pag. 15

www.good50x70.org

Figura 4

Logos Braun, pag. 16

Libro Manual de Imagen Corporativa, pag. 50

Figura 5

Carteles Trío Sarajevo, pag. 19

Revista Lúdica, No. 2 Julio 1998, pag. 56

Figura 6

Lápiz Leo Burnet, pag. 23

www.leobrunett.com.mx/

Figura 7

Cliente Kellogg's, pag. 23

www.leobrunett.com.mx/

Figura 8

Organigrama A. de Publicidad, pag. 23

www.google.com.mx/imgres?q=organigrama+agencia+de+publicidad

Figura 9

Logo Cineteca Nacional, pag. 24

www.google.com.mx/imgres?q=logotipo+cineteca+nacional

Figura 10

Cartel Muestra Int. de Cine, pag. 24

www.google.com.mx/imgres?q=cartel+muestra+internacional+de+cine&hl

Figura 11

Cartel Chantal Laforest, pag. 25

Folleto Monteral - México, pag. 17

Figura 12,

Portada Montreal - México, pag. 25

Folleto Monteral - México

Figura 13,

Símbolo del INEA, pag. 26

Revista al diseño, No. 28, Nov. Dic. 1996, pag. 17

Figura 14,

Logotipo del metro, pag. 27

Folleto del metro

Figura 15

Palacio de Hierro A las mujeres, pag. 28

Revista al diseño, No. 44 Agost. Sept. 1996, pag. 37

Figura 16

Palacio de Hierro No visto con estilo, vivo con estilo, pag. 28

google.com.mx/search?q=publicidad+palacio+de+hierro

Figura 17

Palacio de Hierro, La inteligencia nunca pasa de moda, pag. 28

google.com.mx/search?q=publicidad+palacio+de+hierro

Figura 18

Anuncio Sino votas: Cállate, pag. 29

www.google.com.mx/imgres?q=campaña+sino+votas+callate

Figura 19

Portada Historia de México, pag. 29

Publicación Viaje por la Historia de México

Figura 20

Propaganda Cerveza Sol, pag. 30

www.google.com.mx/imgres?q=publicidad+cerveza+sol

Figura 21

Formulario de tenencia, pag. 31

Digitalización original

Figura 22

Invitación para Posada diseñada por Vicente Rojo, pag. 33

Vicente Rojo 40 años de diseño pags. 16-17

Figura 23

Portada de Libro La feria, pag. 34

Vicente Rojo 40 años de diseño pag. 48

Figura 24

Revista Bellas Artes, pag. 35

Vicente Rojo 40 años de diseño pag. 39

Figura 25

Portada Periódico La Jornada pag. 35

Vicente Rojo 40 años de diseño pag. 70

Figura 26

Títulos Producciones Barbachano, pag. 36

Vicente Rojo 40 años de diseño pag. 68

Figura 27

Bocetos Revista Plural, pag. 36

Vicente Rojo 40 años de diseño pag. 68

Figura 28

Ilustración Aniversario de la Editorial Era pag. 37

Revista Lúdica, No. 6 Nov. 1999 pag. 27

Figura 29

Libro de Arte, Portada e interiores, Museo Franz Mayer pags. 38 - 39

Libros Quorum, México 1990, pag. 14 - 15

Figura 30

Escudo de la Ciudad, pag. 38

Libros Quorum, México 1990, pag. 8

Fig. 31, Aguigol, pag. 40

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 354

Fig. 32

Dibujo Cerdito pag. 40

Libros Quorum, México 1990, pag. 10

Figura 33

Anuncio PT Cruiser pag. 40

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 352

Figura 34

Logotipo Imprenta Madero, pag. 41

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 189

Figura 35

Reunión integrantes de Imprenta Madero, pag. 42

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 189

Figura 36

Revista Artes Visuales, pag. 42

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 195

Figura 37

Cartel diseñado por Bernardo Recamier, pag. 43

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 198

Figura 38

Cartel diseñado por Azul Morris, pag. 43

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 198

Figura 39

Cartel La pasión de Iztapalapa, RLC, pag. 44

100 años, Diseño gráfico en México, pag. 205

Figura 40

Portada Catálogo RLC, pag. 45

Digitalización del catálogo

Figura 41

Revistas y cartel Libros de México, pag. 45

Catálogo Rafael López Castro, pags. 17 - 18

- Figura 42**
La Talacha revista, pag. 46
Digitalización de revistas
- Figura 43**
Logotipos de eventos culturales. 46
Catálogo Rafael López Castro, pags. 20
- Figura 44**
Diseño de cartel aplicado en escultura pag. 47
Revista a! Diseño No, pag. 20
- Figura 45**
Cartel del Festival de la Ciudad de México.
pag. 47
Catálogo Exposición Montreal, pag. 11
- Figura 46**
Portada de Libro, Los Falsos demonios, pag. 48
Catálogo Francia México, D. editorial, pag. 37
- Figura 47**
Portada Catálogo Andy Warhol, pag. 48
Catálogo Francia México, D. editorial, pag. 36
- Figura 48**
Cartel lobos, esculturas, pag. 48
Catálogo Francia México, D. editorial, pag. 36
- Figura 49**
Símbolo BICM pag. 49
Catálogo Primera BICM 1990, portada
- Figura 50**
Cartel diseñado por Milton Glaser pag. 49
100 años, Diseño gráfico en México, pag. 198
- Figura 51**
Programa de actividades de la Primera BICM.
pag. 49
Digitalización de interiores
- Figura 52**
Cartel Tolerancia Intolerancia, pag. 50
Catálogo 3 BICM
- Figura 53**
Bandera Periódico Reforma. pag. 50
www.reforma.com/
- Figura 54**
Mención de Premios Periódico Reforma, pag.
50
30 The Society of Publication Designers
- Figura 55**
Cartel Festival de Huesca, pag. 52
New Generation of design pag 77
- Figura 56**
Portada de Libro Nueva Generación de Dise-
ñadores, pag. 53
Digitalización libro
- Figura 57**
Cartel Encuentro diseñadores mexicanos y
japoneses, pag. 49
100 años, Diseño gráfico en México, pag. 319
- Figura 58,**
Cartel de las Olimpiadas de 1976, pag. 53
Revista Lúdica, No. 3 Octubre 1998, pag. 13
- Figura 59**
Anuncios automovilísticos, pag. 57
Diseño Gráfico para la gente, pag. 182
- Figura 60,** Carteles de Cassandre, pag. 58
Revista Lúdica, No. 12 Abril 2002, pag. 46
- Figura 61**
Cartel contra la censura, pag. 59
Cat. Justicia Social, Luba Lukova, contraportada
- Figura 62**
Exposición carteles Justicia Social de Luba
Lukova pag. 59
www.grafitat.com/2009/01/page/1/2/
- Figura 63**
Cartel de Henry Van de Velde pag. 60
Historia del Diseño gráfico, pag.
- Figura 64**
Cartel de Lissitzky pag. 61
Historia del Diseño gráfico, pag.
- Figura 65**
Book of Thoughts de Graça Abreu Design pag. 63,
Sin Briefing Proyectos personales de diseñadores
gráficos, Rotovision sa, España 2002
- Figura 66**
Caja Juego de Tarjetas
Modern Dog, pag. 65,
Juego de tarjetas number 2 1995 2001
- Figura 67**
Tarjetas Modern Dog, pag. 65,
Juego de tarjetas number 2 1995 2001
- Figura 68**
Cartel Niklaus Troxler, pag. 67,
*The Master of Design: Niklaus Troxler, Publicaciones
Maomao, Barcelona España 2006,*
- Figura 69**
Perfume, caja y reloj diseñador por Troxler
pag. 68
The Master of Design: pag. 235, 237
- Figura 70**
Cartel Remember Chazz Maviyane pag. 69,
Revista Lúdica No. 12, Abril 2002
- Figura 71**
Cartel Art. 4 Derecho a la Libertad, Chazz Maviya-
ne pag. 71,
Revista Lúdica No. 12, Abril 2002
- Figura 72,** Cartel Art. 15 Derecho una Nacionali-
dad, Chazz Maviyane pag. 71,
Revista Lúdica No. 12, Abril 2002
- Figura 73**
Cartel Art. 29 Deber con la comunidad y el medio
ambiente, Chazz Maviyane pag. 71,
Revista Lúdica No. 12, Abril 2002
- Figura 74**
Interior Pentagram Papers I, pag. 72
*The Pentagram Papers, Chronicle Books San Fran-
cisco, 2006*
- Figura 75**
Portada e Interiores Pentagram Papers 36, Marcas
de África, pag. 73
*The Pentagram Papers, Chronicle Books San Fran-
cisco, 2006*
- Figura 76**
Escultura Corporativo Kajima, pag. 74
Revista Lúdica, Año 1 No. 4 Abril 1998
- Figura 77**
Escultura en Alumnio, pag. 75
Revista Lúdica, Año 1 No. 4 Abril 1998
- Figura 78**
Calendario MoMA, pag. 75
*AGI Graphic Design Since 1950, Ben Bos Elly Bos,
2007*
- Figura 79**
Logotipo IBM, pag. 77
Revista How Master of Design
- Figura 80**
Cartel de Stefan Sagmeister, pag. 77
¿Qué es el diseño gráfico?
- Figura 81**
Derek Munn, Corto Mundo Verde, 78
http://design.sva.edu/site/projects/show/237

- Figura 82**
Elliot Walkern, 52 libros, 52 semanas 78
<http://design.sva.edu/site/projects/show/411>
- Figura 83**
Alejandra Stefanakova, Libro 1 día
<http://design.sva.edu/site/projects/show/206>
- Figura 84**
Katie Positerry, Río Mississippi
<http://design.sva.edu/site/projects/show/210>
- Figura 85**
Jennifer Panepinto, Mesu
<http://design.sva.edu/site/projects/show/290>
- Figura 86**
Obra Gráfica López Castro
Donación Archivos personal de Arturo Negrete
- Figura 87**
Logotipo Taller en Vida
Donación Archivos personal de Arturo Negrete
- Figura 88**
Publicidad impresa en serigrafía por 75°
Donación Archivos personal de Arturo Negrete
- Figura 89**
Diseño César Evangelista para Taller en Vida
mrkone.blogspot.com/
- Figura 90**
Diseño César Evangelista para Taller en Vida
mrkone.blogspot.com/
- Figura 91**
Diseño Chema Skandal para Taller en Vida
chemaskandal.blogspot.com/
- Figura 92**
Diseño Sonia Romero para Taller en Vida
www.zoveck.com/blog
- Figura 93**
Diseño Julio Carrasco para Taller en Vida
www.zoveck.com/blog
- Figura 94**
Diseño Julio Carrasco para Taller en Vida
www.zoveck.com/blog
- Figura 95**
Exposición pequeña en Taller en Vida
www.zoveck.com/blog
- Figura 96**
Diseño Bruno Horst para Taller en Vida
Archivo digital personal
- Figura 97**
Diseño Seher One para Taller en Vida
seherone.blogspot.com/
- Figura 98**
Diseño Dr. Alderete para Taller en Vida
Donación Alexis
- Figura 99**
Proceso de impresión barrido 75°
Archivo Digital personal
- Figura 100**
Impresión Cartel Virgen de Guadalupe
Archivo Digital personal
- Figura 101**
Positivo hecho a mano realizado por Chema Skandal
chemaskandal.blogspot.com/
- Figura 102**
Revisión registro de color en impresión
chemaskandal.blogspot.com/
- Figura 103**
Sitio Web Estudio Zoveck
www.zoveck.com/blog
- Figura 104**
Cubierta Manual de Magia
Archivo Digital Personal
- Figura 105**
El manual consta de 32 páginas
Archivo Digital Personal
- Figura 106**
Amor Imposible y para llevar el noviazgo al matrimonio
Archivo Digital Personal
- Figura 107**
Ilustración luchador, división de formulas
Archivo Digital Personal
- Figura 108**
Para asegurar el amor
Archivo Digital Personal
- Figura 109**
Sumario
Archivo Digital Personal
- Figura 110**
Zopilote Ramírez
www.zoveck.com/zoveck.html
- Figura 111**
Portada Primer Número Revista Ene O
Archivo Digital Personal
- Figura 112**
Revista Ene O, No. 16 Tema Periódicos
Archivo Digital Personal
- Figura 113**
Doble página diseñada por Elisa Orozco
Archivo Digital Personal
- Figura 114**
Doble página Rubén Albarran
Archivo Digital Personal
- Figura 115**
Doble página Trabajos de estudiantes
Archivo Digital Personal
- Figura 116**
Cómo diseñar tipografía y no morir en el intento
Archivo Digital Personal
- Figura 117**
Doble página Pasión por las revistas
Archivo Digital Personal
- Figura 118**
Cartel !Qué bella es la vida!
Revista a! Diseño, No. 82, Enero 2007, pag. 29
- Figura 119**
Página Web, Pecados Capitales
www.pecadoscapitales.org
- Figura 120**
Diseño Lourdes Zolezzi
www.pecadoscapitales.org
- Figura 121**
Diseño Jorge Rosas para Pecados Capitales
www.pecadoscapitales.org
- Figura 122**
Diseño Liliana Ovalle para Pecados Capitales
www.pecadoscapitales.org
- Figura 123**
Diseño Blas Valdez para Pecados Capitales
www.pecadoscapitales.org
- Figura 124**
Diseño Fran Ilch y Lourdes Zolezzi
www.pecadoscapitales.org
- Figura 125**
Diseño Domingo Martínez
www.pecadoscapitales.org

- Figura 126**
Cartel Hunger diseño Lourdes Zolezzi
Revista a! Diseño, No. 82, Enero 2007, pag. 29
- Figura 127**
Cartel Contra la violencia a las mujeres diseño Lourdes Zolezzi
Revista a! Diseño, No. 82, Enero 2007, pag. 32
- Figura 129**
Cartel Ecotonia, Diseño Carlos Villaseñor
Diseñadores Gráficos Mexicanos, pag. 315
- Figura 130**
Interiores de Libros Infantiles, diseño Carlos Vollaseñor
Donación Archivo digital de Carlos Villaseñor
- Figura 131**
La participación de los visitantes, Casa del Volcán
Donación Archivo digital de Carlos Villaseñor
- Figura 132**
Convivencia visitantes y comunidad, Casa del Volcán
Donación Archivo digital de Carlos Villaseñor
- Figura 133**
Carlos Villaseñor enseñando a imprimir
Donación Archivo digital de Carlos Villaseñor
- Figura 134**
Comunidad imprimiendo
Donación Archivo digital de Carlos Villaseñor
- Figura 135**
Construcción, Casa del Volcán
Donación Archivo digital de Carlos Villaseñor
- Figura 136**
Cartel Roland Barthes, diseño Gustavo Amézaga, pag. 129
Diseñadores Gráficos Mexicanos, Tres Grupo Tres, pag. 34
- Figura 137**
Cartel Giacomo Leopardi, pag. 121
Diseñadores Gráficos Mexicanos, Tres Grupo Tres, pag. 35
- Figura 138**
Portada El Album de recuerdos Fernando Maria Rubio, pag. 122
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 139**
Sección El Albúm y los reecuerdos, pag. 122
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 140**
Sección La Familia, pag 123
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 141**
Sección La Alameda, pag 123
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 142, Sección La Alameda, pag 123**
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 143**
Sección Los Inicios de la Compañía, pag 125
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 144**
Las ratas del mercado pag 125
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 145**
El payaso Ricardo Bell pag 125
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 146**
Portada El Diario de Anita, pag 126
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 147**
Interiores del Libro pag 126
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 148**
Caja del Tiempo, pag 126
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 149**
Portada Los Revolucionarios Frente al Porfiriato, pag 127
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 150**
Interiores del libro pag 127
Fotografía del libro en Biblioteca SEP
- Figura 151**
Cartel Paloma pag 129
Catálogo RLC, pag 24
- Figura 152**
Agenda Poesía y Diseño pag. 129
Foto Agenda, Editorial Era, pag 24
- Figura 153**
Portada Libro Caras Vemos pag. 130
Foto Libro Caras Vemos, pag 24
- Figura 154,**
Interiores Libro Caras Vemos pag. 132
Foto Libro Caras Vemos, pag 24
- Figura 155**
Interior 2 Libro Caras Vemos pag. 133
Foto Libro Caras Vemos, pag 24
- Figura 156**
Portada Libro Nuestro Señor de la Salud pag. 134
Foto Libro Nuestro Señor de la Salud, pag 24
- Figura 157**
Interiores Libro Nuestro Señor de la Salud pag. 135
Foto Libro Nuestro Señor de la Salud, pag 24
- Figura 158**
Interiores 2 Libro Nuestro Señor de la Salud pag. 135
Foto Libro Nuestro Señor de la Salud, pag 24
- Figura 159**
Lunares de Sol pag. 136
www.alexisazevedo.com/
- Figura 160**
Palomas palomitas! pag. 137
www.alexisazevedo.com/
- Figura 161**
Registros 1 y 2, proyecto Sombras pag. 138
www.alexisazevedo.com/
- Figura 162**
Registros Azevedo pintando pag. 138
www.alexisazevedo.com/
- Figura 163**
Registros el público participando pag. 138
www.alexisazevedo.com/
- Figura 164**
Obra Leonardo pag. 138
www.alexisazevedo.com/
- Figura 165**
El grito pag. 143
Foto publicación independiente de Alejandro Magallanes
- Figura 166**
Intervención Papel blanco pag. 143
New Generation of Desig series, Alejandro Magallanes, pag. 171
- Figura 167**
Pieza tridimensional Exposición Seguir siendo pag. 143
loquehacealejandromagallanes.blogspot.com/

Figura 168
Animación Exposición Seguir siendo pag. 143
loquehacealejandromagallanes.blogspot.com/

Figura 169
Portada Libro Esto no es pag. 146
fotografía Libro Esto no es

Figura 170
Esto no es una liga pag. 146
fotografía Libro Esto no es

Figura 171
Es un payaso pag. 146
fotografía Libro Esto no es

Figura 172
Interiores del Libro esto no es pag. 147
fotografía Libro Esto no es

Figura 173
Portada del Libro Ven hada, pag. 148
fotografía Libro Ven hada

Figura 174
Secuencia Venada, ve nada, pag. 148
fotografía Libro Ven hada

Figura 175
Interiores Venada, ve nada, pag. 149
fotografía Libro Ven hada

Figura 176
Secuencia Helado, el ado, pag. 149
fotografía Libro Ven hada

Figura 177
Portada Libro Conversaciones y Discusiones, pag. 150
fotografía Libro Conversaciones y Discusiones

Figura 178
Ilustración Opiniones distintas, pag. 150
fotografía Libro Conversaciones y Discusiones

Figura 179
Ilustración de conversaciones, pag. 151
fotografía Libro Conversaciones y Discusiones

Figura 180
Chema Skandal dibujando, pag. 155
chemaskandal.blogspot.com

Figura 181
Alumnos en Taller en Vida pag. 156
Foto Archivo personal

Figura 182
Marca María Chic, pag. 158
Revista a! Diseño, No. 90, Julio 2008, pag. 40

Figura 183, 184 y 185
Alumnos Grupo Horma, pag. 160
www.grupohorma.com/

Figura 186
Cartel Pecados capitales en parada, pag. 162
www.pecadoscapitales.org

Figura 187,
Comunidad trabajando en Casa del Volcán, pag. 164
Donación Carlos Villaseñor, archivo digital

Figura 188
Interior Libro Compañía de Títeres Rosete Aranda, pag. 165
Foto tomada en el acervo de la SEP

Figura 189
Interior Libro Caras Vemos, pag. 167
Buscador Google Libro Caras Vemos

Figura 190
Registro del proyecto Sombras, pag. 167
www.alexisazevedo.com/

Figura 191
Cartel NO Alejandro Magallanes, foto manifestación y Periódico Record, pag. 170
loquehacealejandromagallanes, Buscador google, manifestación por la paz, periódico Record viernes 26 de agosto

Figura 192
Arturo Negrete Imprimiendo, pag. 172
Archivo Digital personal

Figura 193
Taller en Vida Galería Vertigo, pag. 172
Archivo Digital personal

Figura 194
Logo VMALA, 2005, pag. 173
Revista a! Diseño, No. 90 Julio 2008, pag. 38

Figura 195
Curso de Gabriel Martínez Meave en G. Horma pag. 176
Archivo Digital personal

Figura 196
Cierre curso Caligrafía pag. 176
Archivo Digital personal

Figura 197
Cartel Obra de Teatro, Lourdes Zolezzi, pag. 178
Libro Carteles Nuevos Diseñadores, pag. 247

Figura 198
Libro Carteles, Nuevos Diseñadores, pag. 178
Foto del Libro

Figura 199
Proyectos Carlos Villaseñor
Diseñadores Gráficos Mexicanos

Figura 200
Invitación y Exposición de Gustavo Amézaga
Archivo Digital, Gustavo Amézaga Fotos Archivo personal de la Exposición, San Luis Potosí

Figura 201
Cartel Toledo Rafael López Castro
Buscador Google, Carteles Homenaje a Toledo

Figura 202
Página Web Alexis Axevedo
www.alexisazevedo.com/

Figura 203
Portada Libro ¿Con qué rima tima?
loquehacealejandromagallanesblogspot