

CREA CIÓN

DE UN ÁLBUM ILUSTRADO PARA NIÑOS DE
5 Y 6 AÑOS QUE AYUDE A DISMINUIR
LA DISCRIMINACIÓN RACIAL PRODUCIDA POR
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

TESINA

Que para obtener el Título de Licenciada en
Diseño y Comunicación Visual presenta:

Elisa Hernández Celis

Director de Tesina:

Maestro José Luis Acevedo Heredia



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
MÉXICO D.F. 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Artes y Diseño

Creación de un álbum ilustrado para niños de 5 y 6 años que ayude a disminuir la discriminación racial producida por los medios de comunicación en México.

TESINA

Que para obtener el Título de:
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta: Elisa Hernández Celis

Director de Tesina:
Maestro José Luis Acevedo Heredia

México, D.F. 2014

Este proyecto no hubiera sido posible sin la ayuda de mis padres, a los que agradezco por todo el apoyo, la paciencia y el amor.

A toda mi familia, a mis amigos, a Roberto y a mis maestros. A mi director de Tesina el Mtro. José Luis Acevedo Heredia, por todo su tiempo, su disponibilidad su atención y su buen humor.

A mis sinodales: Mtro. Jorge Álvarez, Mtra. Fabiola Fuentes, Mtro. Sabino Gainza Kawano y en especial a la Lic. Karina Díaz Barriga por toda la ayuda.

Un agradecimiento especial al Maestro Mario Rey Perico, Profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, por su gran ayuda y asesoramiento en el texto de *Chau y su primera muñeca*.

Agradezco a la Profesora Leticia Salcedo y a la Profesora Rosamaria Resendiz del Colegio St. Michel, por darme la oportunidad de leer el álbum a los niños del último año de preescolar.

Por último agradezco a la Facultad de Artes y Diseño y a la Universidad Nacional Autónoma de México por mi enseñanza y por seguir ayudando a los estudiantes mexicanos a recibir una educación de calidad.

ÍN
DI
CE

| | | | |
|--|-----------|--------------------------------|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 11 | | |
| CAPÍTULO 1 | 17 | | |
| Álbum ilustrado | | | |
| 1.1 Definición de álbum ilustrado | 18 | | |
| 1.1.1 Breves antecedentes históricos del álbum ilustrado en México y el mundo | 22 | | |
| 1.1.2 Características de un álbum ilustrado | 39 | | |
| 1.2 XVII Concurso de álbum ilustrado | | | |
| <i>A la orilla del viento</i> | 42 | | |
| CAPÍTULO 2 | 47 | | |
| Discriminación racial en la publicidad y su influencia sobre los niños | | | |
| 2.1 Definición de discriminación, publicidad y medios de comunicación | 50 | | |
| 2.1.1 Antecedentes de discriminación racial en los medios de comunicación en México y el mundo | 52 | | |
| 2.2 La publicidad y el desarrollo infantil | 57 | | |
| 2.2.1 La discriminación racial en la publicidad y su influencia sobre la identidad del niño mexicano | 59 | | |
| 2.2.2 La educación como solución al racismo en la publicidad | 62 | | |
| CAPITULO 3 | 65 | | |
| Creación de un álbum ilustrado | | | |
| 3.1 Introducción a la historia | 67 | | |
| 3.1.1 Los personajes | | | |
| 3.1.2 La historia | 70 | | |
| 3.1.3 El mensaje | 71 | | |
| 3.2 Diseño Gráfico | 72 | | |
| 3.2.1 Integración | | | |
| 3.2.2 Ubicación | 73 | | |
| 3.2.3 Proporción | | | |
| 3.2.4 Distribución | 74 | | |
| | | 3.3 Diseño Tipográfico | 74 |
| | | 3.3.1 Tamaño | |
| | | 3.3.2 Forma | 75 |
| | | 3.4 Dimensión Cognitiva | 76 |
| | | 3.4.1 Selección narrativa | |
| | | 3.4.2 Selección visual | 77 |
| | | 3.5 Dimensión Estética | 78 |
| | | 3.5.1 Gradiente Presentacional | |
| | | 3.5.2 Connotaciones formales | 80 |
| | | 3.5.3 Gradiente Lúdico | |
| | | 3.5.4 Alusiones estilísticas | 81 |
| | | 3.6 Relaciones Sintagmáticas | 82 |
| | | 3.6.1 Secuencia inicial | |
| | | 3.6.2 Secuencialidad interior | 83 |
| | | CONCLUSIONES | 85 |
| | | FUENTES DE CONSULTA | 89 |

INTRO

DUC

CIÓN

Esta investigación surge de una simple pregunta, ¿de qué manera está afectando la publicidad a los niños de nuestro país? Muchas generaciones han crecido con imágenes de gente feliz, alta, delgada y con características físicas muy específicas y muy lejanas a la realidad de nuestra población, todos fuimos acostumbrados a verlas en nuestra vida diaria, en productos, en publicidad, en la televisión, entre otros. Quizá muchos no noten su influencia, pero está presente en cada comentario que hacemos recriminando nuestro tipo de piel, nuestra talla, nuestra altura y nuestras raíces. Todos nosotros hemos crecido consumiendo este tipo de imágenes y desgraciadamente los estereotipos son parte de nuestra sociedad y son impuestos desde una edad muy temprana. Tal vez erradicarlos sea una labor ardua y quizá imposible, los creadores de estas imágenes son empresas con gran poder mediático y económico sin ningún interés real en los receptores, entonces ¿cómo podemos hacer algo? Es aquí donde surge esta duda y la oportunidad de hacer algo que pueda significar un cambio.

Actualmente los niños están expuestos a una serie de problemáticas: violencia (tanto en sus hogares como en la televisión), problemas sociales como la pobreza, la mala educación, la desculturización, la falta de interés por parte de los padres, etc. Es probable que este proyecto no llegue a todos los niños mexicanos como sería deseable, niños que podrían aprovecharlo y aprender de él, pero llegará a unos cuantos y tal vez produzca una diferencia en la manera en que perciben su entorno y solo con esto considerarse un éxito.

Con este álbum lo que se busca es despertar en los niños consciencia sobre la situación del racismo en nuestra sociedad, que la reconozcan y prueben su práctica; tal vez nunca podremos hacer que la publicidad y los medios sigan utilizando los mismos perfiles, pero si podemos inculcar en un individuo la crítica sobre su situación y darle el conocimiento que necesita para reconocer en la publicidad la falta de pluralidad y la imposición de ciertos conceptos de belleza. Enseñarle que su aspecto físico no debería influir en el modo en que es tratado y que las mejores sociedades no están hechas en base a estos dictámenes, sino por conceptos que permiten el avance de una sociedad por medio del trabajo conjunto y la inclusión de todas sus partes.

Para ayudar a la difusión de este proyecto, el álbum se inscribió a la convocatoria del Fondo de Cultura Económica XVII Concurso de álbum ilustrado, *A la orilla del viento*; el álbum que resulta ganador es impreso lo que aumenta la posibilidad de ser distribuido a un gran sector de niños en México y Latinoamérica. Probablemente existen múltiples maneras de abordar y acercar este tema a los niños, algo que involucre el uso de la tecnología como juegos interactivos, pero actualmente, ¿cuántas horas al día dedican los niños a las nuevas tecnologías y cuántas a la lectura? Los álbumes ilustrados representan una enorme introducción del niño al hábito de la lectura, muchos de ellos ni siquiera pueden leer todavía, pero si sus padres lo hacen por ellos o junto con ellos esto reforzará el interés por la lectura y el vínculo padre-hijo, de gran importancia para un sano desarrollo infantil y que se ha ido perdiendo poco a poco debido a nuestro *modus vivendi*.

Este proyecto podría tratarse únicamente de la elaboración y la justificación de las ilustraciones y el diseño del libro creados para este propósito, pero esto significaría dejar una gran parte del proyecto de lado; crear un álbum ilustrado es un trabajo difícil, se debe tomar en cuenta que el público receptor es el más cruel de los jueces, se consideran la sincronía de la historia y las ilustraciones; el ritmo, que no debe ser demasiado rápido o demasiado abstracto, o se podría correr el riesgo de perder la atención del niño o que simplemente el mensaje que se quiere comunicar no le diga nada a su receptor; en resumen se debe cuidar la “sincopa rítmica de palabras e imágenes”*. El tema que se aborde no debe volverse monótono, el lenguaje, la sintaxis y la redacción deben ser adecuados para la edad y aunque en el tratamiento de la imagen parezca existir una enorme libertad, no debe abusarse de la simpleza; en fin un sinnúmero de aspectos son los que hacen de un álbum ilustrado una tarea complicada y sin embargo altamente gratificante. Este trabajo se desarrollará en tres capítulos esenciales del proyecto:

El primer capítulo dará una amplia definición de lo que es un álbum ilustrado, así como su historia en México y el mundo, citando autores que se consideraron importantes dentro del campo de la ilustración y pioneros en la investigación de la historia del álbum ilustrado, se mostrarán imágenes de sus trabajos y el de otros ilustradores considerados representativos. También se hablará de las características específicas de un álbum ilustrado y por qué se le separa de otros términos como el libro infantil o el libro ilustrado. Finalmente se darán a conocer las bases de la convocatoria *A la Orilla del Viento*, su comparación con otras convocatorias, nacionales e internacionales y un listado de los ganadores de todos los certámenes de esta convocatoria desde su primera publicación.

*Sendak citado por Salisbury, *Imágenes que cuentan, nueva ilustración de libros infantiles, 2007, pág. 9*

El segundo capítulo ofrece definiciones de publicidad, medios de comunicación y discriminación, para luego abordar las etapas del desarrollo infantil y la manera en que la publicidad de los medios de comunicación afecta su desarrollo emocional, y por último analizar cómo un niño se ve a sí mismo, cómo afecta esa auto-imagen la publicidad y cuál es la repercusión de ésta en el futuro adulto, todo esto sustentado en obras de pedagogos, psicólogos y otros profesionistas expertos.

El tercer capítulo hablará sobre el desarrollo completo del álbum ilustrado: los personajes, la historia, el desarrollo del bocetaje, la técnica, el proceso de digitalización, el diseño editorial, la impresión, conceptos específicos referidos al análisis de la imagen como la dimensión estética y las relaciones sitagmáticas, etc. Este capítulo tiene como propósito abordar el tema desde el punto de vista del diseño gráfico que es la disciplina que nos atañe.

CAPÍ

TULO

1 **ÁLBUM**
ILUSTRADO

DEFINICIÓN DE ÁLBUM ILUSTRADO

El concepto de álbum ilustrado es relativamente nuevo, aunque sus orígenes datan de mediados del siglo XX, continúa siendo un tema difícil de explicar, sobre todo a las personas que no están familiarizadas en el ámbito profesional de la ilustración editorial; se mantiene como un libro para niños pero posee características específicas que lo separan del resto. A continuación se intentará dar una explicación convincente; Piu Martínez nos explica que un álbum ilustrado es: “Una manifestación artística en la que opera un funcionamiento armónico entre imagen y texto: la ilustración prolonga el sentido del relato y el relato busca las orientaciones que conducen a la fantasía mediante el lenguaje visual.”¹

Se podría decir que es un formato donde se unen ilustraciones de gran calidad y contenido junto con un texto que complementa la información que las imágenes no nos dieron. “El significado surge de la interacción entre la palabra y la imagen, y la una sin la otra no tendría sentido si se experimentasen por separado.”²

Martin Salisbury en su libro *Ilustración de libros infantiles* da una definición del concepto de álbum ilustrado de una forma poco convencional, pero muy acertada: “Ante todo, el libro-álbum ilustrado pretende ser leído a niños que aún no saben leer; es decir que en realidad el público ‘lee’ las imágenes mientras escucha la banda sonora, y aprende a llenar los huecos entre ambas cosas para disfrutar a fondo el libro.”³

Para Mario Rey, en este tipo de propuestas: “Los elementos plásticos y los literarios se articulan creativamente con un sentido artístico, facilitan y estimulan la lectura, contribuyen al acercamiento del niño al libro, ponen de manifiesto que los límites entre los géneros y las prácticas artísticas son flexibles, y que el encuentro entre la imagen y la palabra –en este caso en el libro– puede ser creativo y estimulante para el receptor.”⁴ Personalmente creo que esta última definición es la que engloba todo lo que significa un álbum ilustrado, pues aborda un aspecto muy importante, “la unión de los elementos plásticos y los literarios estimulan la lectura y acercan al niño al libro” es ahí donde radica su importancia; antes de que los niños puedan leer, escribir o incluso hablar, son los álbumes los que les muestran el camino, los que les brindan historias y lecciones que ayudarán a formarlos como personas y que además incrementarán su cultura facilitando posteriormente su aprendizaje y a ampliar su criterio.

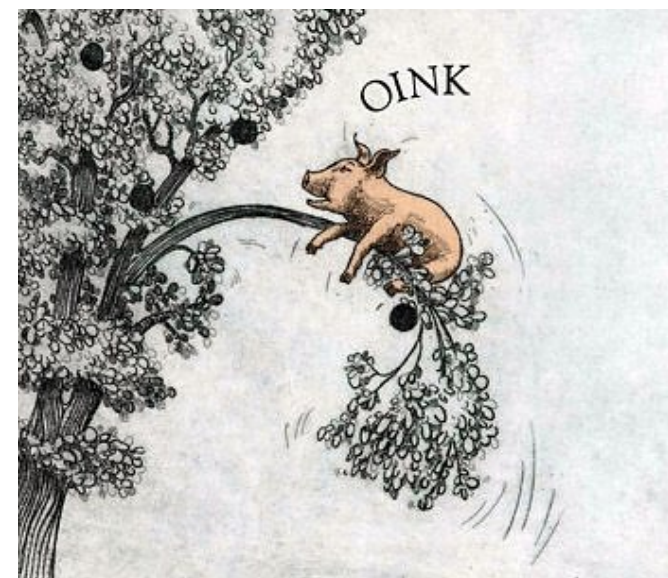
Sin embargo, se debe señalar que también existen tipos de álbum ilustrado donde son sólo las imágenes las que nos cuentan la historia y aún así su

propósito sigue siendo despertar en el pequeño lector la imaginación y la curiosidad. La imagen tiene mayor peso no porque sea más importante como ya se había mencionado, sino porque está dirigida a un público cuya edad exige que la imagen facilite la comunicación; aquí, las imágenes se encuentran en el mismo nivel sintáctico que las palabras. “Las imágenes pueden ser sencillas, complejas, emotivas, esquemáticas o documentales, pero su principal objetivo es presentar un punto de vista y hacer pensar al receptor”⁵. Con este tipo de materiales, los niños son expuestos a un sin fin de nuevos universos para su propio descubrimiento; tanto para escritores como ilustradores, el principal reto

es conseguir que la historia ilustrada sea convincente, que tenga fluidez y que consiga mantener el interés en el lector. “Para crear un álbum ilustrado se requiere de comprensión perspicaz de la secuencia visual, la cadencia, el ritmo y el drama del paso de la página”.⁶

Para cada autor y para cada ilustrador el álbum ilustrado puede significar cosas distintas, hay algunos que hacen libros para niños que pueden ser apreciados por un público de cualquier edad o incluso pueden convertirse en artículos de colección, debido a la calidad de sus imágenes o al contexto que tuvo éste en determinada época; cualquiera que sea el caso los álbumes ilustrados, tienen un mayor significado

Oink, Escrito e ilustrado por Arthur Geisert (Houghton Mifflin Company, 1991). Ejemplo de álbum ilustrado sin texto.



¹ Piu Martínez, “Álbumes ilustrados” *étapes*, no. 17, 2012, pág. 51.

² Salisbury, *Styles El arte de ilustrar libros infantiles: Concepto y práctica de la narración visual*, Ed. Blume, 2012, pág. 9

³ Martin Salisbury, *Ilustración de libros infantiles; Cómo crear imágenes para su publicación*, Ed. Acanto, 2005, pág. 75

⁴ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 320

⁵ Zeegen y Crush, *Principios de ilustración*, Editorial Gustavo Gili, 2009, pág. 35

⁶ Martin Salisbury, *Imágenes que cuentan: Nueva ilustración de libros infantiles*, Editorial Gustavo Gili, 2007, pág. 7

en una sociedad que un libro de texto cualquiera: “En algunos países, las imágenes de los álbumes ilustrados reflejan con naturalidad las inquietudes artísticas o pictóricas de su legado cultural”.⁷

En los últimos años el álbum ilustrado ha tomado un giro dentro del mundo de la literatura, ya no es sólo un formato limitado al público infantil como lo dice Shaun Tan en un artículo de Nuria Barrios: “No hay ningún motivo por el que una historia ilustrada de 32 páginas no pueda tener el mismo atractivo para los adolescentes y para los adultos que el que tiene para los niños. Otros medios visuales como el cine, la televisión, la pintura o la escultura no están sujetos a preconcepciones que restrinjan su público potencial”.⁸

Hoy, la actitud hacia los álbumes ilustrados está cambiando y se le abren nuevos espacios: “Para eso son buenos los álbumes, para continuar esa investigación lúdica que empezamos durante la infancia y que consiste en utilizar la imaginación para encontrar un sentido a experiencias rutinarias del día a día que, de lo contrario, pasarían desapercibidas”.⁹

Hablar de álbum ilustrado es hablar de ilustración y no se podría dar un concepto completo del primero sin definir lo segundo. Existen muchas definiciones dependiendo del autor y la manera en que se desarrolló dentro del campo de la ilustración, en esta ocasión cito una definición que se adecúa al concepto que tenemos de álbum ilustrado y remarca la importancia de la imagen, en relación al texto y al formato: “La ilustración es un claro y definido acto de hacer arte, su meta es 'iluminar' una página impresa o una representación visual (imagen o diagrama) que es usada para que un tema sea más placentero o fácil de entender.”¹⁰

Como nos dice la definición, la ilustración acompaña a la página, la “ilumina”, no es un elemento decorativo, es un elemento compositivo de la página y tiene la función de esclarecer la información.

También es preciso definir algunos conceptos que se manejan en esta investigación:

Libro de imágenes: no cuentan con ningún texto que acompañe a la imagen. Generalmente introducen a los niños en secuencias lógicas como: despertarse, vestirse, lavarse los dientes, ir a la escuela, entre otras; los cuales, además de introducir el concepto secuencial, introduce al niño en la estructura básica de la narración.

Libro - álbum: A excepción de algunos autores, este concepto se maneja como un sinónimo de álbum ilustrado. Su uso puede variar de acuerdo al país en que se use, o incluso como se traduce a otros idiomas.

Libro ilustrado: La función narrativa radica en el texto escrito y las imágenes solamente “reiteran” lo dicho en el texto. Las imágenes sirven como apoyo narrativo y no existe una relación estrecha entre ilustración y texto. Los textos son más complejos y extensos. Este tipo de libros es más común en textos dirigidos a lectores en “consolidación” (término que hace referencia a los niños que están aprendiendo a leer).¹¹

⁷ Martin Salisbury, *Imágenes que cuentan: Nueva ilustración de libros infantiles*, Editorial Gustavo Gili, 2007, pág. 83

⁸ Nuria Barrios, “El espejo de los niños”, *Especial Infantil y juvenil*, Diario El País, España, 2013.

⁹ Entrevista con Shaun Tan por Nuria Barrios, “El espejo de los niños”, *Especial Infantil y juvenil*, Diario El País, España, 2013.

¹⁰ Chwast y Heller, *Illustration: A visual History*, Harry N. Abrams, 2008, pág. 10

¹¹ Orozco, Departamento de Literatura de la Universidad de Guadalajara, *Sincronía, Latindex*, 2009, web

Breves antecedentes históricos del álbum ilustrado en México y el mundo

Hablar de la historia del álbum ilustrado es hablar también de la historia de las diferentes corrientes de arte y de diseño; al ser un objeto que tiene una estrecha relación con estas dos disciplinas, su origen y evolución pueden ser rastreados junto con ellas.

Siglo XIX

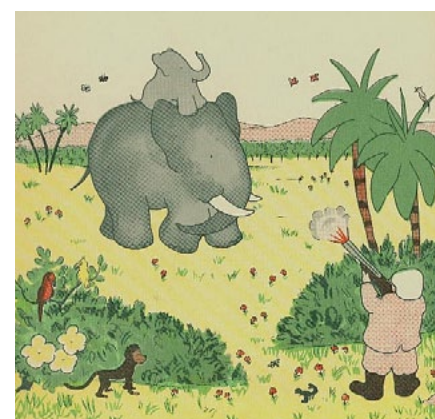
La literatura marca diferentes fechas de nacimiento del álbum ilustrado, algunas fuentes los colocan junto a la imprenta y el grabado; pero eso refiere también al comienzo del libro en sí, y como lo hemos visto en el apartado anterior son dos conceptos diferentes. Otras fuentes más cercanas dicen que fue Randolph Caldecott en el siglo XIX el que creó el concepto y al que se considera padre del libro-álbum moderno:

La obra de Caldecott señala el comienzo del libro ilustrado moderno. Creó una ingeniosa yuxtaposición de imagen y palabra, un contrapunto que nunca se había visto antes. Las palabras se omiten pero la imagen habla. Las imágenes se omiten, pero las palabras hablan. En resumen, es la invención del libro ilustrado.¹²

Gracias a Caldecott comienza en Inglaterra la revolución del álbum ilustrado,



Ilustraciones de Randolph Caldecott ca. 1880



Arriba: Ilustración de John Tenniel para "Alicia en el País de las Maravillas" de Lewis Carroll, 1866
Abajo: Ilustración de Jean de Brunhoff para "Histoire de Babar", 1931.

siendo el único país manteniéndose a la cabeza en la producción de álbumes ilustrados hasta el siglo XX cuando fue desplazado por la numerosa producción de Estados Unidos y Europa.

Siglo XIX-XX

La última mitad del siglo XIX y la primera del siglo XX se conoce como la edad de oro de la ilustración y los libros infantiles, gracias al avance de la tecnología, ahora los procesos de impresión a color son más fáciles de realizar. Acuarelas, litografías, separación de color por bloques de madera, permitieron que el libro ilustrado fuera más allá obteniendo resultados increíbles.

Podemos hablar por ejemplo de las ilustraciones que hizo John Tenniel para el conocido libro *Alicia en el país de las maravillas* de Lewis Carroll, libros como este, fueron muy importantes para la creación del álbum ilustrado, pues dieron importancia a la página como un todo, las imágenes se volvieron imprescindibles en la "experiencia" de leer un libro.¹³

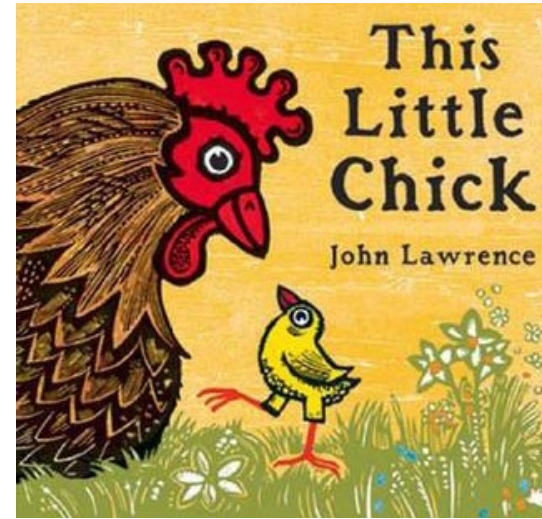
Para la primera mitad del siglo XX podemos citar a autores e ilustradores de libros representativos de esta época como *Curious George* de Margaret y H.A. Rey o *Babar* de Jean de Brunhoff, este último obtuvo un gran éxito entre el público infantil. En el siglo XX la guerra hizo que en Europa los libros bajaran su calidad debido al costo y la escasez del papel, la migración hizo que la escena del libro ilustrado creciera en Estados Unidos.

¹² Salisbury y Styles, *El arte de ilustrar libros infantiles*, cita del ensayo sobre Caldecott, Caldecott & Co: *Notes on Books and Pictures* (Farrar, Straus & Giroux, 1988), Ed. Blume, 2012, pág. 16

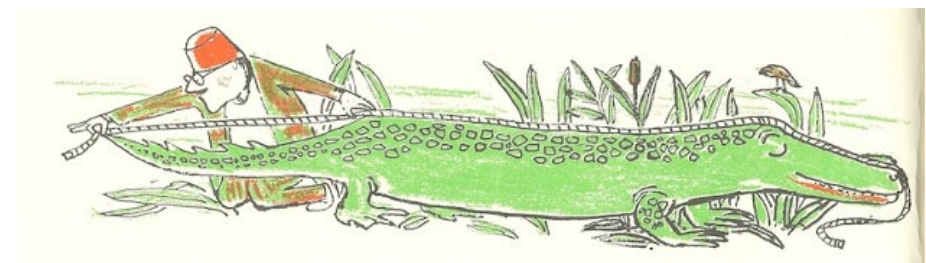
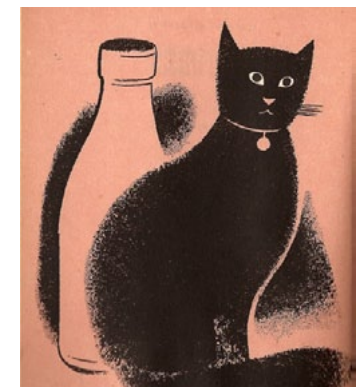
¹³ Salisbury, Styles, *El arte de ilustrar libros infantiles*, Ed. Blume, pág. 18

Para 1950, estos libros empezaron a ser producidos por diseñadores que los hacían para sus hijos o niños cercanos a ellos y que no tenían la intención de ser producidos en grandes tirajes, pero de una u otra manera se han convertido en referencia obligada para las nuevas generaciones, ya que son un gran aporte tanto a la tipografía, como a la ilustración y al diseño en general.

Aparte de la escena norteamericana no podemos dejar de lado la producción europea y la asiática; a continuación algunas imágenes de libros e ilustradores destacados.



Ejemplos de álbumes ilustrados de mediados del siglo XX: "This little chick", John Lawrence, finales de 1950, "Cat O' nine lives", Tom Eckersley, 1945, "Lagrimas de cocodrilo", Andre Francois, 1950, (En la otra página): "See and Say" Antonio Frasconi, 1955, "Sparkle and Spin", Paul Rand, 1957



Se podría decir que la época de oro del álbum ilustrado fueron las décadas de los sesenta y los setenta, hubo una alta producción, el mercado era amplio y existía una mayor demanda; a continuación se habla a grandes rasgos de estas décadas y algunos ilustradores destacados.

1960

La década de 1960 es tal vez, la época en la que se puede apreciar de que manera la creación de libros ilustrados está estrechamente ligada al contexto social como la música, el arte, el cine, etc. Ilustradores como Brian Wildsmith, Seymour Chwast, Maurice Sendak entre otros son un ejemplo de lo que se realizó en este periodo y la importancia que tuvieron en la historia del álbum ilustrado.



Ilustraciones 1 y 2 de Anthony Browne para "Un Gorila"; 3 ilustración para "Where the wild things are" de Maurice Sendak

1970

En este periodo, destaca el trabajo del autor e ilustrador Anthony Browne, con casi cuarenta títulos publicados: "su obra es apreciada especialmente por los académicos, que aplauden su uso imaginativo de la metáfora visual para crear historias cargadas de significados, que los lectores de todas las edades deben ir descubriendo."¹⁴ Los libros de Browne son un ejemplo perfecto de cómo los álbumes ilustrados pueden trascender a su época, mantenerse vigentes y ser ampliamente solicitados por el público infantil 40 años más tarde.

¹⁴ Salisbury y Styles, *El arte de ilustrar libros infantiles*, Ed, Blume, 2012, pág. 40

Siglo XXI

El álbum del siglo XXI tiene las ventajas indiscutibles de la tecnología y a pesar de los comentarios de personas del gremio asegurando la extinción de las técnicas tradicionales por las digitales, estos últimos años han demostrado lo contrario, nuevas técnicas híbridas que generan resultados innovadores han surgido; el uso de la digitalización para recuperar técnicas tradicionales y reproducirlas, todo en un proceso relativamente sencillo y con una excelente calidad, algo que en otros tiempos era inimaginable.

Por todo esto, es factible que la producción de álbumes ilustrados se haya expandido y ahora existan un sin fin de autores e ilustradores que se dediquen a su realización y hablar del trabajo de algunos, es sólo tomar una muestra de un universo en expansión; a continuación se habla de algunos ilustradores de todo el mundo que para esta investigación son merecedores de reconocimiento, ya sea por técnica, temática o algún estilo en particular y se muestran algunas imágenes de su trabajo.

1. Shaun Tan (Australia): Se graduó con honores de la universidad WA donde estudió Bellas Artes y Literatura Inglesa, comenzó su carrera ilustrando historias de ciencia ficción para pequeñas revistas y posteriormente se interesó por la literatura infantil; ha escrito e ilustrado múltiples libros como *El árbol rojo*, *Los conejos*, *Cuentos de la Periferia* y *La cosa perdida*, este último se convirtió en un corto que él mismo dirigió y con el que se llevó un Oscar en 2011, ese mismo año recibió el premio Memorial Astrid Lindgren, por su contribución a la literatura internacional infantil.¹⁵

2. Isol (Argentina): Estudió Bellas Artes en la Escuela Nacional "Rogelio Yrurtia" en Buenos Aires; ha ganado múltiples premios por sus álbumes ilustrados como el premio Golden Apple en 2003 en la Bienal de Ilustración de Bratislava, Eslovaquia; fué seleccionada por el American Institute of Graphic Arts (AIGA) para formar parte de su catálogo; en 2006 y 2007 fué seleccionada finalista en el Hans Christian Andersen Award (IBBY) y en 2013 obtuvo el premio Memorial Astrid Lindgren.¹⁶

3. Isidro Ferrer (España): Diseñador e ilustrador, es una de las figuras más importantes dentro del diseño en España y su influencia ha llegado a varias partes del mundo incluyendo nuestro país. En sus libros ocupa diversos materiales que conjunta con dibujos, obteniendo resultados muy interesantes y poco ordinarios; argumenta que la diversidad de materiales aumenta la sensorialidad y la experiencia en general al leer el libro.¹⁷

4. Oliver Jeffers (Australia): Nació en Australia pero creció en Irlanda del Norte, es ilustrador y artista; sus libros se han traducido a más de 30 idiomas, los de mayor demanda son: *El increíble niño come libros*, *Este alce es mío*,

¹⁵ Información tomada del sitio Web Oficial de Shaun Tan, Web

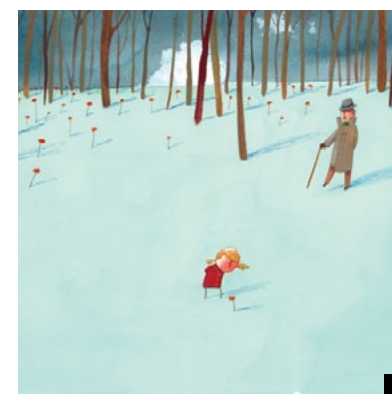
¹⁶ Información tomada del sitio Web Oficial de Isol, Web

¹⁷ Entrevista a Isidro Ferrer para la revista digital *la caffè*, Web

El corazón y la botella y *Perdido y encontrado*, del que se realizó un corto animado; ha ganado múltiples premios como la medalla de oro en el *Nestlé Smarties Book Prize* y *The New York Times Best Illustrated Books*.¹⁸

5. Paloma Valdivia (Chile): Ilustradora y diseñadora gráfica, estudió en la Universidad Católica de Chile, ha publicado alrededor de 10 libros y ha ganado premios como el BIB Plaqué en la XVIII Bienal de ilustraciones de Bratislava, Eslovaquia.¹⁹

6. Elena Odriozola (País Vasco): Estudió diseño y decoración, al terminar trabajó durante varios años en agencias de publicidad; cuenta con más de 50 libros ilustrados. En 2005 el Ministerio de Cultura Español le concedió el Segundo Premio a las Mejores Ilustraciones de Libros Infantiles y Juveniles, es candidata al Astrid Lindgren Memorial Award y fue galardonada en la tercera edición de los CJ Picture Book Awards (Corea del Sur).²⁰



¹⁸ Información tomada del sitio Web Oficial de Oliver Jeffers, Web

¹⁹ Siete Rayas: Ilustradores Chile, Web

²⁰ Entrevista con Elena Odriozola por Pencil Ilustradores, web

1 "El árbol rojo" Shaun Tan, 2001, 2 "Petit el Monstruo", Isol, 2010, 3 "Bella Mandarina", Elena Odriozola, 2008, 4 "Es así", Paloma Valdivia, 2010, 5 "Una casa para el abuelo" Isidro Ferrer, 2001, 6 "El corazón en la botella", Oliver Jeffers, 2009.

Álbum ilustrado en México

Antes de 1920 la literatura infantil en cualquier presentación (cuentos, poesía, prosa, etc.) es difícil de catalogar, existía, no específicamente como material para niños: “Hasta el siglo XVIII en Europa, y por tanto en sus tierras de ultramar el niño seguía siendo un 'adulto en miniatura' y no existía un especial interés por escribir o editar pensando en él, mas allá de la literatura utilitaria, pedagógica, moral y religiosa.”²¹

Los textos creados para los pequeños tenían una función específica y podían ser leídos también a los adultos, en realidad los relatos y cuentos con los que los niños se entretenían y jugaban eran de otra especie, eran las rondas, las canciones y los cuentos del breviario popular lo que conformaban el acervo de tradiciones y la educación de los niños de esa época.

1920 - 1940

En México la ilustración puede seguirse junto con la de Europa aunque con un algún atraso; con el triunfo de la Revolución, todavía muy presente y un nuevo gobierno, se estaban gestando los rumbos de la nueva República.

La ilustración infantil tuvo en sus comienzos un propósito cien por ciento educativo como se mencionó anteriormente; en *México Ilustrado* a cargo de Salvador Albiñana, habla sobre *Lecturas clásicas para niños* (una de las primeras publicaciones para niños y de la cual se hablará más



Arriba: "Simiente"
J. De la Fuente, 1935
Abajo: Alumnos de las
Escuelas de Pintura al
Aire Libre de Xochimilco y
Tlalpan, 1925. Secretaría de
Educación Pública,
Editorial Cultura, 1926

adelante): “Estas lecturas eran ejemplo del esfuerzo por consolidar un programa educativo integral que aspiraba a menguar el porcentaje de analfabetismo que en 1921 alcanzaba el 85% de la población.”²²

En nuestro país la ilustración se usó para fomentar la lectura y el aprendizaje entre los niños, el propósito era mejorar el nivel educativo casi inexistente del país, antes de esto los materiales para niños eran muy pocos, en el mismo libro *México Ilustrado* nos dicen que fue desde la llegada de José Vasconcelos a la SEP, a fines de 1921, que la ilustración infantil se consideró una actividad artística destacada; existía un deseo por mostrar en los libros el rumbo que debía tomar el país: “Invitó a escritores latinoamericanos; rescató la cultura indígena y popular; creó la revista *El Maestro*, diseñó y ejecutó un plan editorial en el cual aparecieron desde los clásicos de la literatura universal, hasta colecciones de sindicalismo...durante su gestión se abrieron decenas de bibliotecas públicas, fijas y ambulantes.”²³

Además de esto, México estaba influenciado por otros movimientos políticos extranjeros y lo reflejaba sutilmente en sus materiales educativos: “Hay en las historias para niños muchos obreros, campesinos y niños leyendo, no como reflejo de una realidad social existente, sino como utopía y modelo a seguir.”²⁴ En estos años los libros ilustrados no coincidían totalmente con nuestro



“Álbum de animales mexicanos”
Fernández Ledesma, 1944
“Lecturas clásicas para niños” ilustrado
por Montenegro y Fernández Ledesma,
1924, “Troka el poderoso” German List,
Ilustraciones de Julio Prieto

²¹ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 85

²² Salvador Albiñana, *México Ilustrado: libros, revistas, carteles 1920-1950*, Instituto Cervantes, Ed. RM. 2010, pág. 49

²³ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 141

²⁴ Salvador Albiñana, *México Ilustrado: libros, revistas, carteles 1920-1950*, Instituto Cervantes, Ed. RM. 2010, pág. 47

concepto actual de álbum ilustrado, porque todavía no se hacía una distinción de materiales de lectura para edades infantiles específicas, pero ya se entreveían los comienzos de una literatura infantil preocupada por el contenido o el grado de complejidad gráfica, como en la obra *Simiente*, ilustrada por J. de la Fuente en 1935, las ilustraciones se describen de la siguiente manera: “J. de la Fuente ilustró esta publicación con dibujos a línea muy sencillos, con personajes estereotipados que identificaban el ámbito rural y evitando el uso de sombreados para no confundir a los jóvenes lectores.”²⁵

Como se puede observar aún no se hablaba de grados de iconicidad en la imagen idóneos para ciertas edades, pero ya existía la inquietud de parte de los ilustradores por facilitar la lectura a los más pequeños, incorporando la sobriedad y la sencillez a las ilustraciones.²⁶

Otro factor que influyó en los ilustradores del siglo XX en México fueron las vanguardias artísticas europeas que al llegar a nuestro país se mezclaron con la cultura indígena, formando una corriente totalmente diferente.

Los temas no cambiaron, seguían incluyendo paisajes y personajes comunes de la población mexicana, pero ahora se veían claramente influenciados por las nuevas corrientes, aún así se mantenía la vivacidad de la paleta de colores mexicanos como lo vemos en este comentario: “A diferencia de las vanguardias soviética y alemana, en cuyos trabajos predominaron los colores rojo, negro y fondos crema o blanco, los editores mexicanos dieron preferencia a colores muy llamativos en las cubiertas.”²⁷ Las técnicas más comunes en este periodo fueron la xilografía a una tinta y a color usando separación por bloques de madera, tinta china, punzón y técnica de reproducción fotomecánica.

Para tener un mayor panorama sobre la producción realizada durante el siglo XX, a continuación se enlistan una serie de obras y sus respectivos autores, editoriales y en algunos casos ilustradores, que contribuyeron de alguna manera al crecimiento y consolidación de la literatura infantil en México.

- *Lecturas clásicas para niños*: Compilado por José Vasconcelos y publicado en 1924 por la SEP, fue uno de los primeros libros ilustrados para niños; se trata de un libro encuadernado de dos tomos con textos de autores como José Gorostiza, Salvador Novo, Gabriela Mistral entre otros y fue ilustrado mediante grabados de Roberto Montenegro y Gabriel Fernández Ledesma; estos libros son considerados piezas sobresalientes por que en sus páginas se reúnen textos de algunos de los escritores más importantes de México y Latinoamérica, por la calidad de sus ilustraciones hechas por dos de los mejores grabadores mexicanos y sobretodo porque es una de las primeras colecciones dedicada enteramente a un público infantil: “Es quizá

el libro infantil más conocido y leído en México en el presente siglo, en él se manifiesta la visión universal y humanista de Vasconcelos, asimismo, su posición contra las ideas que pretenden limitar las lecturas de los niños a un acervo especial que presupone su menor inteligencia y su incapacidad para comprender la literatura.”²⁸

- *Campanitas de plata* ilustrado por Francisco Díaz de León, 54 xilografías y escrito por Mariano Silva y Aceves, 1925.
- *Troka el poderoso* de German List, Ilustraciones de Julio Prieto, 1934.
- *10 Aleluyas de Rompetacones*, Durante 1939 Antoniorrobles realizó 100 cuentos, en 10 volúmenes, 1939.
- *Conejo y coyote*, Gabriel López Chiñas, cuentos zapotecas de Juchitán, 1943, No.1, Ilustrado por Francisco Gutiérrez.
- *Álbum de animales mexicanos*, Gabriel Fernández Ledesma, 1944.
- *Canción para dormir a Pastillita*, 1945, poema de Miguel N. Lira, Ilustrado por Angelina Beloff, SEP.

²⁵ Salvador Albiñana, *México Ilustrado: libros, revistas, carteles 1920-1950*, Instituto Cervantes, Ed. RM. 2010, pág. 49

²⁶ Idem, pág. 50

²⁷ Ibidem, pág. 49

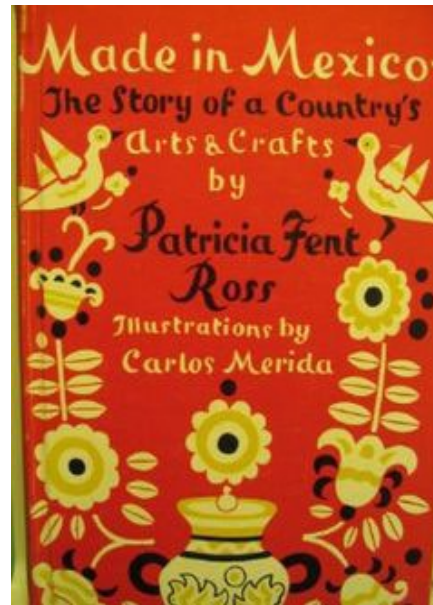
²⁸ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 141

A parte de estos ilustradores nacionales, existió en México un movimiento extranjero que se dedicó a ilustrar algunos cuentos tradicionales mexicanos, a continuación se nombran algunos ejemplos:

- *The painted pig, A mexican Picture book* Elizabeth Morrow Ilustrado por Renè D'Harnoncourt, New York, 1930.
- *The boy who could do anything and other Mexican Tales*, de Anita Brenner, 1942.
- *In Mexico the say*, Patricia Fent Ross, ilustrado por Henry Pitz, 1942.
- *The Hungry moon. Mexican nursery tales*, Patricia Fent Ross, ilustrado por Carlos Mérida, 1946.

1950- 1970

El presidente Adolfo López Mateos (1958-1964) fundó la Comisión Nacional de los Libros de Texto Gratuitos, la mayoría del material ilustrado para niños era publicado en estos libros, lo que hizo escasa la producción independiente, únicamente algunas editoriales de estos años, publicaron materiales que coinciden con el concepto de álbum ilustrado aunque no completan al cien por ciento con las descripciones antes dadas, como la longitud del texto y la relación estrecha entre palabra e imagen, algunos ejemplos de estos textos fueron:



Arriba: "Made in Mexico" de Patricia Fent Ross, ilustrado por Carlos Mérida.

Abajo: "The painted pig, A mexican Picture book" de Elizabeth Morrow, Ilustrado por Renè D'Harnoncourt

- *Las aventuras de Pipiolo en el bosque de Chapultepec*, de Santos Caballero (Manuel Toussaint), 1954
- *8 estrellas y 8 cenizales*, de Antoniorrobes, (Novela de sueños infantiles). Ilustraciones de Fernando Barón Zuquini. México D. F. Ediciones Oasis, 1954
- *Rosas de la Infancia* de María Enriqueta, 1955
- Los Libros de la colección Tehutli fueron publicados por la Unidad Mexicana de Escritores, incluyen títulos como: *Las Kúkaras* o *El profesor Mentolathum y Pajarín*, 1955- 1968
- 1959 Editorial Cumbre publicó 12 tomos de cuentos infantiles titulados *Mi libro encantado* bajo la dirección de Rafael Santos Torroella, con textos e ilustraciones de diversos autores como: Miguel N. Lira, Amado Nervo, Vicente Riva Palacio, Jaime Torres Bodet, etc.

Es preciso resaltar que durante este periodo aumentó la importación de libros infantiles del extranjero, esto afectó la producción a nivel nacional, aun así en México se escribieron muchas coplas y versos que fueron ilustrados y que los niños aprendían y cantaban en rondas; se tiene un mayor registro de estas publicaciones que de los cuentos infantiles.

Es notable el contraste en la producción de materiales infantiles en la década de 1940, donde hubo una significativa producción a 1960 por ejemplo, donde la mayor parte de los libros infantiles eran importados o pertenecían a publicaciones escolares, esto se debió en mayor medida al bajo presupuesto que se destinaba a su publicación. Actualmente la situación no es muy diferente, la educación en México continúa siendo deficiente y hay poco interés por parte de los gobernantes hacia la educación integral de los niños mexicanos y por lo tanto a la creación de materiales alternativos a los textos estrictamente escolares.

En 1977 se inauguró el Premio Nacional de Cuento para Niños, creado por el Instituto Nacional de Bellas Artes y el gobierno de Campeche en honor de Juan de la Cabada, uno de los cuentistas mexicanos más reconocidos.

Otro logro importante para la literatura infantil, fue la fundación de la International Board on Books for Young People (IBBY) sección México, este colectivo se crea en 1953 en Zurich, Suiza, se trataba de un colectivo sin ánimo de lucro que tiene como objetivo el encuentro de la infancia con los libros y propiciar el entendimiento de los pueblos a través de la lectura.²⁹ A partir de entonces IBBY se internacionalizó, actualmente cuenta con setenta y siete secciones en todo el mundo. En México IBBY se fundó en 1979 por Pilar Gómez y Carmen Esteva, su importancia radica en las actividades que promocionan y difunden la lectura, desde la Ciudad de México a comunidades alejadas de nuestro país:

²⁹ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 302

- En 1981 IBBY México tuvo la iniciativa para crear la Primera Feria Internacional de Libro Infantil y Juvenil en México, actividad trascendente en la cultura de nuestro país; “Se vivió un especial resurgimiento e impulsó el interés por la promoción de la lectura y la literatura entre los niños”.³⁰
- De 1981 a 1990 se impulsó el *Premio Antoniorrobes de Literatura Infantil* para estimular a autores e ilustradores de este género editorial.
- En 1993 recibió apoyo de la Asociación Internacional de Bunkos Infantiles (ICBA) para fundar dos *Bunkos* pilotos, pequeñas bibliotecas comunitarias en diversas zonas marginadas de la República Mexicana.
- En 2005 comienza el proyecto de lectura en voz alta en escuelas primarias públicas: *Nosotros entre Libros*.
- Desde 1980 a la fecha la producción nacional de álbumes ilustrados se ha intensificado, gracias a la creación de editoriales, que aunque son pocas, promueven el trabajo de ilustradores y escritores, les dan espacios e incluso abren convocatorias que impulsan la ilustración infantil y la premian. Aún así los espacios son pocos, pero gracias a la tecnología y los nuevos medios de comunicación la ilustración mexicana contemporánea ha expandido sus horizontes llegando a otras partes del mundo, dando a conocer la producción nacional.

36

A continuación se citan álbumes y certámenes que se crearon en este periodo y autores que tuvieron una participación destacada en la producción infantil:

- *Un tesoro para dos monitos*, de José A. Zambrano, 1980.
- *Pájaros en la cabeza* de Laura Fernández, Trillas, 1983.
- En 1992 aparece el primer *Catálogo de Ilustradores de Publicaciones Infantiles y Juveniles* de la Dirección General de Publicaciones del Conaculta. A la fecha se han publicado 22 catálogos, algunos representantes de la ilustración mexicana, han aparecido en ellos.
- *Al otro lado* y *A la orilla del viento*, de Alejandro Aura, ilustraciones de Marcos Límenes, 1993.
- En 1996 se celebra el Primer Concurso de Álbum Ilustrado *A la orilla del viento* del Fondo de Cultura Económica (FCE).
- *Trucas* de Juan Gedovius, *A la orilla del viento*, FCE, 1997.
- *El sapo hechizado* texto e ilustraciones de Diego Rapi, Colección el Barco de Vapor, 1997.
- *El peinado de la Tía Chofi* de Vivian Mansour Manzur, ilustraciones de Martha Avilés, 2002.
- En 2003 se publica el Primer Catálogo de Ilustradores de la Escuela Nacional de Artes Plásticas que abarca el periodo 1998-2002.

³⁰ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 141, 142

- En 2009 Nostra Ediciones convoca al Primer Concurso Invencciones en dos categorías, narrativa infantil y juvenil, y álbum ilustrado. Patrocinado por Telmex, y con la ayuda de A leer/ibby México y la Feria Internacional de Libro de Guadalajara.
- *Festival de Calaveras* de Luis San Vicente, Editorial Alfaguara Infantil, 2010.
- *What are you doing?* de Elisa Amado, ilustraciones de Manuel Monroy, 2011.
- *La bruja y el espantapájaros* de Gabriel Pacheco *A la orilla del viento*, FCE, 2011.
- *El niño con bigote* de Esteban Cabezas, FCE, 2011.

Un autor destacado de esta época es Carlos Pellicer López, artista plástico que dedicó muchos años de su vida a la elaboración de libros infantiles, entre ellos podemos nombrar:

- *Una indita en su chinampa... Coplas para niñas y niños*, textos de Gabriela Becerra, Ediciones el Ermitaño, 1984.
- *Julieta y su caja de colores*, FCE, 1993.
- *Juan y sus zapatos*, FCE España, 2004.

Otras convocatorias que se impulsaron en esta época pero que desafortunadamente no continuaron fueron: Premio el Barco de Vapor (Otorgado por Ediciones SM y el CNCA); Premio de Literatura Juvenil Gran Angular (Otorgado por Ediciones SM y el CNCA); Premio Antoniorrobes (Otorgado por IBBY México); Premio de Literatura Infantil Juan de la Cebada (INBA y el Estado de Campeche).

37



Ilustraciones para “Juan y sus zapatos” y “Julieta y su caja de colores” de Carlos Pellicer López



"Festival de Calaveras"
de Luis San Vicente



"What are you doing?"
de Elisa Amado,
Ilustraciones de
Manuel Monroy,
Abajo: "El niño con bigote"
de Esteban Cabezas



Características de un álbum ilustrado

Después de conocer la definición y la historia de este nuevo género infantil literario, es tiempo de hablar sobre las características que definen un álbum ilustrado, para esto tomaremos en cuenta el público receptor, las técnicas, el dibujo, los formatos, el diseño, la temática, el ritmo, la intención y la iconicidad.

PÚBLICO RECEPTOR

El álbum ilustrado puede atraer a todo tipo de público gracias a su versatilidad y a la calidad de las imágenes e incluso por el renombre de cierto autor y/o ilustrador, pero siempre está pensado para que lo disfruten los niños; debido a que tienen poco texto y gran cantidad de imágenes está pensado para niños que aún no pueden leer o que apenas inician su aprendizaje. De acuerdo a algunas fuentes este formato es adecuado para niños de entre 5 y 6 años.³¹

TÉCNICA

La técnica es un punto importante dentro de las características del álbum ilustrado, la ilustración de libros siempre ha estado ligada a la evolución de la tecnología³², aunque esto no ha limitado a la ilustración en absoluto, las técnicas digitales han encontrado una buena recepción y tiene su nicho en ciertos ilustradores, e incluso en aquellos que siguen perteneciendo a la vieja escuela, pues a la hora de la reproducción nada facilita más el trabajo; aún así las técnicas tradicionales siempre han salido a flote, técnicas como la acuarela, el acrílico, el collage, pasteles, grafito, etc. ahora se ven complementadas con programas de edición que permiten terminados completamente diferentes y que aparte aceleran su difusión. Sea cual sea la técnica uno nunca debe perder de vista el propósito principal de la ilustración: comunicar.

DIBUJO

Siempre que se habla de dibujar para niños vienen a la mente todas estas formas simples y burdas, faltas de detalle y hasta de formalidad, el hecho de dibujar para niños no quiere decir que se deba dejar de lado la calidad: "Podría discutirse que hay una manera de dibujar para niños. En todo caso, lo que hay que evitar a toda costa es bajar el nivel, o sea, dibujar con condescendencia."³³ Los adultos creen que los niños necesitan que todo sea muy claro y sencillo, uno se sorprendería de lo que un niño puede entender, no se les debe tratar como si fuesen faltos de entendimiento.

³¹ Salisbury, *Ilustración de libros infantiles; Cómo crear imágenes para su publicación*, Ed. Acanto, 2005, pág. 74

³² Idem, pág. 40

³³ Ibidem, pág. 21

FORMATO

Algo que ha hecho resaltar a los álbumes ilustrados del resto de las publicaciones infantiles es precisamente el formato, grandes extensiones de papel con imágenes en alta resolución y color, texturas, suajes e incluso elementos que permiten la interacción del niño con el libro, el formato es un elemento que rompe con los libros tradicionales y agrega al libro personalidad. En cuanto a la extensión la bibliografía habla de 24 a 36 páginas máximo. No se podría hablar de un rango de medidas exactas o “normativas” en el álbum ilustrado, la diversidad de formatos es parte de la naturaleza del álbum, cada autor y/o ilustrador escoge el formato de acuerdo a lo que pretende comunicar y la sensación que quiere transmitir.

DISEÑO

Muchos diseñadores gráficos que en algún momento cruzan su camino con algún álbum ilustrado podrían escandalizarse por la falta de márgenes y columnas o la elección de una fuente tipográfica sans serif en un enorme puntaje y la ausencia de continuidad en la posición del texto, pero cuando uno entiende que su público receptor apenas está encontrando el sentido a las palabras, lo que uno menos quiere es hacerle el trabajo más difícil. Cuando se habla del texto: “la meta debe ser la economía: dejar que el texto sea una pista, o una ayuda para la actividad de leer las imágenes, quizá mas exigente en términos intelectuales.”³⁴

TEMÁTICA

Muchos ilustradores/escritores le han apostado al álbum ilustrado para abordar temas que son difíciles de explicar a los niños, como la violencia, la muerte, el abuso, etc. Estos materiales son maneras seguras de llegar a los niños, les hablan en su idioma, las fantasías descabelladas, monstruos, extraterrestres o dragones no son necesarias para ser original.³⁵ Un libro es original cuando lo que se cuenta proviene del deseo del autor por comunicarle algo al niño, de una manera diferente, que le deje una experiencia, un aprendizaje o mínimo un buen recuerdo. Los álbumes ilustrados son perfectos medios para hablarle al niños sobre temas difíciles como la muerte, la violencia, la soledad. Un buen ejemplo es el libro “El pato y la muerte” de Wolf Erlbruch que a través de una gráfica delicada y un relato apacible, nos muestra la muerte de una manera natural. Cualquier cosa puede ser explicada a los niños si se usa un lenguaje sencillo y sutil.

³⁴ Salisbury, *Ilustración de libros infantiles; Cómo crear imágenes para su publicación*, Ed. Acanto, 2005, pág. 85

³⁵ Idem pág. 76

RITMO

Este concepto es una de las características más importantes cuando se habla de un álbum ilustrado: “El ritmo de la narración es básico para mantener el interés del lector joven por la historia. Hay muchas maneras de controlarlo: variando el tamaño de las imágenes, modificando el punto de vista o alternando la distribución de la imagen en la página.”³⁶ Como en cualquier texto que cuente una historia, sea una novela, una crónica o un cuento infantil, el texto siempre está presente; en el caso del álbum ilustrado las imágenes son parte del ritmo, no se puede escribir sobre una acción sin que las imágenes lo representen, hay que recordar que la extensión del texto no permite los detalles, todo recae en las ilustraciones, y si el ritmo entre texto e ilustraciones no cuenta con un equilibrio, el niño no relacionará el texto con las imágenes.

INTENCIÓN

En una imagen la intención habla de la manera en que se aborda el mensaje que se quiere transmitir y de qué recursos se vale para ello; en un álbum ilustrado este tema tiende a ser un tanto ambiguo, Alberto Urdiales aborda el tema de una manera muy diferente, plantea que la intención en el material para niños no puede ser analizado de la misma manera en que se analiza una imagen publicitaria: “La intención consciente, los mensajes que queremos enviar al pequeño o gran lector, son reflejo de nuestras preocupaciones lingüísticas, no de las necesidades del receptor del lenguaje”³⁷. Esto es porque los niños no reciben mensajes que se cree que necesiten, como lo hacen los comerciales de juguetes o productos infantiles; reciben un libro con una historia y mensajes encriptados y depende de la eficiencia del álbum ilustrado que los niños puedan descifrarlos. Si existiera un error de comunicación entre álbum - niño difícilmente sería problema del receptor; el álbum tendría que revalorarse y cambiar los detalles que se crean pertinentes.

ICONICIDAD

La iconicidad de una imagen se refiere al grado de síntesis o mimesis que tiene con respecto al objeto que representa; en los álbumes ilustrados, por la edad del público receptor se maneja un nivel figurativo de iconicidad, es decir usan la idea convencional que las personas tenemos respecto a los objetos, Blanca Moll nos dice que los libros infantiles deben contener: “Simplicidad de expresión (dibujos contorneados por línea, tintas planas, fondos limpios, representación de elementos familiares al niño con los que se vea afectivamente ligado (otros niños, figuras paternas, animales, plantas, etc.) y no manejar únicamente formas realistas”³⁸

³⁶ Salisbury, *Ilustración de libros infantiles; Cómo crear imágenes para su publicación*, Ed. Acanto, 2005, pág. 82

³⁷ Urdiales, *Intención: Mensajes como tesoros*, Centro Virtual Cervantes, 2003, Web.

³⁸ Moll, *La escuela infantil de 0 a 6 años*, Ed. Anaya, 1989, pág. 34

CONCURSO DE ÁLBUM ILUSTRADO *A la orilla del viento*

El Fondo de Cultura Económica surge en 1934, con Daniel Cosío Villegas, intelectual mexicano del siglo XX; Cosío comprendió la necesidad de crear una biblioteca básica en español, dedicada a los estudiantes de la Escuela Nacional de Economía. Al principio surgió como institución de fomento cultural y tenía apoyo financiero del Estado, el FCE creció añadiendo colecciones y títulos de economía, arte, psicología, filosofía, antropología, etc. En 1991 el FCE creó su colección para niños *A la Orilla del Viento*, bajo la dirección de Daniel Goldin: "Tanto por la gran calidad de sus libros como por sus programas de promoción a la lectura, *A la Orilla del Viento* es uno de los principales protagonistas en la cruzada por acercar a los niños y a los jóvenes al libro."³⁹ El concurso de álbum Ilustrado *A la orilla del viento*, surge en 1996, desde entonces se realiza la convocatoria, que suma ya 17 certámenes, a continuación se enlistan por año, autor y título:

- *La señora regañona*, Susana y Domi Sanromán, 1996
- *Queta la vaca coqueta*, Martha Sastrías de Porcel, 1997
- *Rabieta Trebejos*, Manuel Monroy, 1998
- *El pájaro y la princesa*, Antonio Ventura, 1999
- *Siete millones de escarabajos*, Comotto, 2000
- *Historias de medio mundo*, Jordi Sierra i Fabra, 2001
- *La Cajita*, Marta Vicente, 2003
- *Ramona la mona*, Aitana Carrasco Inglés, 2004
- *De cómo nació la memoria de El Bosque*
- *Rocío* Martínez, 2006
- *Camino a casa*, Jairo Buitrago y con ilustraciones de Rafael Yockteng, 2007
- *Jacinto y María José*, Diego Francisco Sánchez, 2008
- *¡Que niño mas lento!*, Lucía Serrano Guerrero, 2008
- *Trapo y Rata*, Magdalena Armstrong, 2010
- *Declarado desierto*, 2011
- *¿Quién era Max?*, Daniela Iride Murgía, 2012

Las bases del XVII Concurso de Álbum Ilustrado *A la Orilla del Viento*, del año 2013 fueron las siguientes:

- 1 Podrán participar escritores e ilustradores adultos, de cualquier nacionalidad, lugar de origen o residencia, con una o más obras, siempre que su propuesta sea en lengua española. Quedan excluidos los empleados

³⁹ Mario Rey, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, SM Ediciones, 2000, pág. 303



del Fondo de Cultura Económica.

- 2 Las obras deberán ser inéditas y no participar simultáneamente en otro concurso, y podrán ser presentadas por uno o varios escritores e ilustradores.
- 3 La propuesta deberá atender al concepto de álbum; es decir, un libro en el que la historia se cuente a través de imágenes y texto de tal manera que éstos se complementen o estén íntimamente relacionados. (Recomendamos ver los álbumes publicados en nuestra colección Los Especiales de *A la Orilla del Viento*.) Asimismo, se aceptarán historias narradas sólo con imágenes, pero no se recibirán trabajos sin ilustraciones. Los *pop up*, las novelas ilustradas o las propuestas para colorear quedarán automáticamente descalificadas.
- 4 El tema, formato del álbum y la técnica de ilustración son libres. La extensión máxima de la obra deberá ser de 48 páginas.
- 5 La propuesta del libro deberá presentarse en una maqueta con la versión final de diseño, texto, color e ilustraciones. No es necesario encuadernar la maqueta, un engargolado basta. No se aceptarán maquetas de obras incompletas.
- 6 La maqueta deberá firmarse con seudónimo y no debe incluir semblanzas ni referencias al nombre de los autores.
- 7 Los datos personales de los participantes deberán ir en un sobre cerrado que contenga nombre, dirección, teléfono y correo electrónico. En el exterior del sobre deberá escribirse el título de la obra concursante y los seudónimos utilizados para firmarla.
- 8 En ningún caso se devolverán las maquetas, por lo que no se deberán enviar las ilustraciones originales, sino sólo reproducciones de éstas.
- 9 Los trabajos deberán remitirse a la siguiente dirección:

Imágenes: "Camino a casa" de Jairo Buitrago y Rafael Yockteng y "¡Que niño mas lento!" de Lucía Serrano Guerrero

XVII Concurso de Álbum Ilustrado
A la Orilla del Viento
Libros para Niños y Jóvenes
Fondo de Cultura Económica
Carretera Picacho Ajusco 227,
Col. Bosques del Pedregal, Tlalpan,
C. P. 14738, México, D. F.

Los concursantes de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, Estados Unidos, Centroamérica, Perú y Venezuela podrán entregar su(s) propuesta(s) en las filiales del FCE en estos países, cuya dirección se encuentra al calce de estas bases. Sus trabajos deberán incluir la leyenda XVII Concurso de Álbum Ilustrado A la Orilla del Viento.

- 10 Queda abierta la presente convocatoria a partir de su fecha de publicación y hasta las 18 horas del 30 de agosto de 2013. En los envíos por correo se considerará la fecha de remisión. No se recibirán propuestas después de esta fecha.
- 11 El jurado estará compuesto por personas de reconocido prestigio en el área de la literatura infantil y juvenil. La identidad de sus integrantes se mantendrá en secreto y se dará a conocer en la fecha de publicación de los resultados. Su fallo será inapelable. Asimismo, el premio podrá ser declarado desierto.
- 12 El premio, único e indivisible, consistirá en \$150,000.00 (ciento cincuenta mil pesos mexicanos o su equivalente en USD) como adelanto de regalías, así como la publicación de la obra en la colección *Los Especiales de A la Orilla del Viento*.
- 13 Los resultados del concurso serán publicados el 31 de octubre de 2013 en la página: www.fondodeculturaeconomica.com. La participación en este concurso implica el conocimiento y aceptación de estas bases. México, febrero de 2013

Esta convocatoria permite participar a cualquier persona de cualquier nacionalidad siempre y cuando la propuesta que entreguen sea en lengua española, con una extensión máxima de 48 páginas, la propuesta debe ser entregada en una maqueta, puede ser engargolada y solo deberá llevar un seudónimo, los datos del autor se entregarán aparte en un sobre cerrado. De ser resultado ganador, se premiará con una cantidad de dinero como adelanto de regalías y la publicación de la obra en la colección *Los Especiales de A la Orilla del Viento*.

Comparando esta convocatoria con otras de años anteriores podemos encontrar importantes diferencias, por ejemplo, el avance de la tecnología en favor

de la digitalización y reproducción de las ilustraciones, el cambio en el concepto de álbum ilustrado, etc. Por ejemplo, en la VI Convocatoria de álbum ilustrado *A la Orilla del Viento*, podemos enlistar varios puntos:

- No se hacía tanto énfasis en la relación entre imágenes y palabras, como se hace actualmente donde se pide que la historia “se cuente a través de imágenes y texto de tal manera que éstos se complementen o estén íntimamente relacionados.”
- La extensión máxima era de 32 páginas como máximo ahora es de 48 páginas como máximo.
- El premio era de 60,000 pesos mexicanos ahora es de 150,000.
- Se debía entregar tres maquetas, de las cuales solo eran presentados los bocetos y el texto, así como una copia a color de una de las ilustraciones terminada, ahora sólo se entrega una maqueta con todas las ilustraciones terminadas, texto y portadas en una impresión digital.

Por mucho tiempo ésta fue la única convocatoria de su tipo en México, actualmente se han sumado otras como el Concurso Internacional Invencciones de Álbum ilustrado y Narrativa Infantil y Juvenil convocado por Nostra Ediciones, IBBY A leer/México y Fundación Telmex o la más reciente Concurso Sudcaliforniano de Álbum Ilustrado dirigido a ilustradores y escritores del Estado de Baja California Sur que celebró su primera edición en el 2013.

Internacionalmente podemos encontrar una gran cantidad de concursos, en la mayoría de los países de la Unión Europea, Iberoamérica y Estados Unidos como:

- ILUSTRARTE. Bienal internacional de Libros Infantiles (Portugal)
- Premio Internacional de Álbum Ilustrado Eldevives (España)
- Premio Internacional Compostela de Álbum Ilustrado (España)
- Premios de Cuentos ilustrados Diputación Badajoz (España)

CAPÍ

TULO

2 DISCRIMINACIÓN
RACIAL EN LA
PUBLICIDAD Y SU
INFLUENCIA
SOBRE LOS NIÑOS

A lo largo de la historia muchos países se han considerado racistas, Estados Unidos, la Alemania Nazi, Sudáfrica, la India, Medio Oriente, entre otros, son conocidos por ser o haber sido racistas; para los mexicanos ser racista parece ser un problema de otros países y que se le identifica como un acto violento hacia un grupo en específico, se cree que por ser una sociedad multicultural estamos a salvo de la discriminación racial; otros piensan que nuestro problema tiene que ver más con el clasismo que con el racismo: “Lo que muchos no conocen o no quieren conocer es que México es un país en donde la discriminación se practica todos los días.”⁴⁰ Usar palabras como “prieto” o “indio” en manera de insulto y palabras como “güerito” y “blanquito” como atributo, son los primeros indicios de que algo no está del todo bien con nuestra sociedad, el problema no es que las personas de tez blanca menosprecien la piel morena; el problema son las personas morenas que denigran su propia piel, sus raíces y que enaltecen la piel blanca y que piensan que una persona es más o menos “bella” basados únicamente en el tono de su piel, el problema es no aceptarnos dentro de nuestra propia piel. ¿Pero, qué podemos esperar de nuestra población si nuestros propios medios de comunicación discriminan a la gran mayoría de sus espectadores? En México de acuerdo a The World Factbook de la Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos, habitan un 60% de mestizos, 30% de indígenas, 9% de blancos y un 1% de otros sectores⁴¹ en donde podemos incluir a los afro-mexicanos, ¿por qué entonces en la publicidad usada por los medios de comunicación mexicana sólo aparece este nueve por ciento de la población? Y si el otro 90% aparece ¿Por qué sólo en papeles de servidumbre, campesinos y obreros en los spots de gobierno?

Los modelos publicitarios utilizados en México han existido durante un largo tiempo, quizá por eso es difícil hacer notar su existencia y aunque se podría pensar que no afectan de ninguna manera a la población mexicana: “Discriminar por raza no deja ningún espacio posible para una enorme cantidad de personas, causa daño social y pocas veces está bien justificado. Estamos acostumbrados a pensarnos como una nación de mestizos, pero a presentarnos como una nación de blancos. Cuando no somos ni lo uno ni lo otro.”⁴²

⁴⁰ Arriagada, *Quién no es quién*, Revista Nexos versión Digital, 2013, web

⁴¹ *The World Fact Book*, Agencia Central de Inteligencia, 2013, web

⁴² Arriagada, *Quién no es quién*, Revista Nexos versión Digital, 2013, web

DEFINICIÓN DE DISCRIMINACIÓN, PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Antes de hablar de la discriminación en los medios de comunicación, es preciso definir algunos conceptos que nos ayuden a entender más acerca de este tema.

DISCRIMINACIÓN

Según el *Diccionario de Sociología* define a la discriminación social como: “Trato desigual dispensado a grupos que tienen un *status* en principio igual. La discriminación lleva consigo un elemento de distinción injusta, inmotivada y arbitraria en la imposición de cargas y distribución de favores.”⁴³

En México la Convención Internacional de la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial estableció en 2011 la Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal que en su primer artículo establece que la discriminación racial: “Denotará toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública.”⁴⁴

PUBLICIDAD

Musitu y Castillo definen a la publicidad como: “Sistema socio-técnico que intenta influir sobre el comportamiento humano, utilizando para ellos diversos medios de comunicación, generalmente creados para una función diferente y que, a la vez, les sirven de soporte y se sirven de ellos.”⁴⁵

María Dolores Degrado define a la publicidad como: “El arte de buscar los procedimientos más adecuados para promover y divulgar una serie de ideas, pensamientos o productos dentro de una cultura o sociedad.”⁴⁶

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Antonio Fera nos dice que: “Los medios de comunicación social o de masas se caracterizan, entre otros aspectos por que: sus mensajes pueden llegar a cualquier persona que tenga acceso a ellos, la comunicación se transmite a través de medios técnicos, establecen una comunicación indirecta, ya que los receptores

del mensaje se encuentran a una distancia espacial y/o temporal, no suele existir un feed-back entre receptor y emisor y se dirigen a una audiencia dispersa y anónima.”⁴⁷ De acuerdo a estas definiciones los medios de comunicación y la publicidad establecen una conexión indirecta con el público en donde promueven una serie de servicios, productos o patrones, sin la necesidad de obtener una respuesta, en México la Ley para prevenir y eliminar la discriminación en su artículo 18 apartado 1 dice que los entes públicos en la esfera de los medios de comunicación deberán: “Promover que las personas o empresas anunciantes, las agencias de publicidad y, en general, los medios masivos de comunicación, eliminen contenidos que inciten al odio, la superioridad de algunos grupos y la discriminación”.⁴⁸ Esto quiere decir que no hay un intercambio de información, no es un diálogo, esto hace más fácil el trabajo de la publicidad, tiene una gran libertad para promocionar cualquier cosa sin ser cuestionada o sancionada, debería ser trabajo de las autoridades delimitar el alcance de esos mensajes por parte de la publicidad y aplicar sanciones si fuera necesario, y exigir a los medios la inclusión de estereotipos cercanos a la realidad.

⁴³ *Diccionario de Sociología*, Fondo de Cultura Económica, 3ª Edición, 1996, pág. 98

⁴⁴ CONAPRED, *Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal*, Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2011, Web

⁴⁵ Fera, *Educación y publicidad*, Grupo Comunicar Andalucía, 1998, pág. 9

⁴⁶ Degrado, *Televisión publicidad y comunicación*, Comunicar no. 025, Grupo Comunicar, 2005

⁴⁷ Fera, *Educación y publicidad*, Grupo Comunicar Andalucía, 1998, pág. 9

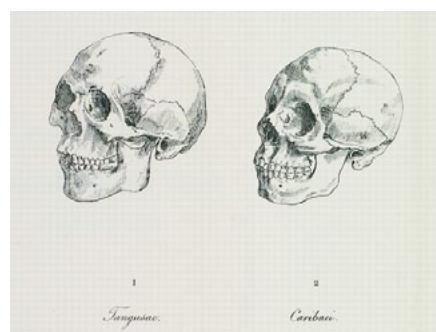
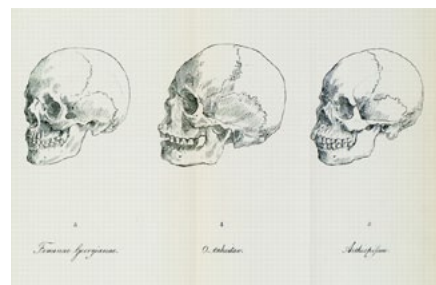
⁴⁸ CONAPRED, *Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal*, Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2011, Web

Antecedentes de discriminación racial en los medios de comunicación en México y el mundo

Hablar de discriminación a nivel mundial es retomar la historia de cada país, desde su fundación, sus formas de gobierno, sus guerras, sus creencias y su cultura; ya que todos estos aspectos han influido en la manera en que cada país, cultura o grupo discrimina; a falta de espacio esta investigación se limitará a enlistar algunos datos representativos de la discriminación en la publicidad a lo largo de la historia:

Para empezar se podría hablar de la taxonomía que elaboró Lineo donde incluye a: "Las diferentes razas humanas como especies y subespecies, según características físicas y diferencias biológicas a las que se asociaban determinados atributos sociales y culturales."⁴⁹ Y aunque Lineo no uso el término "raza", en otras clasificaciones posteriores a la suya se puede observar que la blanca se colocaba en una jerarquía superior a las demás: "Se señala al periodo en donde se abolió la esclavitud como apogeo máximo del discurso científico de la raza, pues surgieron muchas teorías que tenían como intención comprobar la inferioridad de los negros"⁵⁰

La clasificación de Lineo no tenía intención de engrandecer ninguna raza en especial, pero fue aprovechada por otros para generar conceptos como la "superioridad" de la raza y comenzar a segregar y discriminar a otros bajo estos criterios.



Arriba: las 5 razas humanas según Blumenbach, ca. 1750; Abajo: People, The Americas (Amerikanische Völker) Konversations-Lexikon, Germany, ca. 1800



Imágenes, arriba: Propaganda antijudía, abajo: Cartel de la película "El Judío Eterno"

⁵¹ United States Holocaust Memorial Museum, Web

⁵² Ibidem

Alemania

Tal vez uno de los casos más representativos de la influencia que pueden tener los medios de comunicación en actitudes racistas o discriminatorias fue la campaña publicitaria del partido Nacional Socialista de Alemania dirigido por Adolfo Hitler y su jefe de propaganda Joseph Goebbels, la estrategia de Goebbels se basó en múltiples factores, uno de ellos era el completo control sobre todos los medios de comunicación: "Tras la toma del poder por los nazis en 1933, Hitler estableció un ministerio de ilustración pública y propaganda encabezado por Joseph Goebbels. La meta del ministerio era asegurar que el mensaje nazi fuera comunicado con éxito a través del arte, la música, el teatro, las películas, los libros, la radio, los materiales educativos, y la prensa."⁵¹

Otra de sus tácticas y la de mayor importancia para esta investigación era hacer creer a la población que ciertos grupos (comunistas, judíos) eran sus enemigos y que estaban perjudicando a la nación: "Las películas nazis representaban a los judíos como criaturas subhumanas infiltrándose en la sociedad aria. Por ejemplo, *El Judío Eterno* (1940), dirigida por Fritz Hippler, describía a los judíos como parásitos culturales vagabundos, consumidos por el sexo y el dinero."⁵² Quizá éste es un ejemplo agudo y su uso podrá parecer extremo, pero es también una muestra de la influencia de los medios de comunicación en todo un país y el poder que estos ejercen sobre otros..

⁴⁹ Hopenhayn y Bello, *Discriminación étnico-racial y xenofobia en América Latina y el Caribe*, División de Desarrollo Social, Publicación de las Naciones Unidas, ONU, 2001, Web

⁵⁰ Ibidem

Estados Unidos

Otro gran ejemplo es Estados Unidos, que también es un país conocido por su gran historia de discriminación y racismo hacia las minorías, a pesar que, en este país existe la mayor diversidad cultural en el mundo. En una cita de M. Carmen Martínez a Barcus y Levin acerca de un estudio sobre los anuncios publicitarios en Estados Unidos durante los años 1967 y 1968 indicaba que: “El rango profesional de los negros que aparecían en anuncios de diferentes semanarios de ámbito nacional era claramente inferior al de los blancos. De aproximadamente doce mil anuncios tan solo un dos por ciento incluía a negros.”⁵³

En el Informe del Seminario Internacional *The Economics of Racism* celebrado en Suiza en 2001 Robert Archer y Mohammad-Mahmoud Ould

señalan que en 1997: “Un estudio de la Universidad de Yale llegó a la conclusión de que los medios de noticias en los Estados Unidos enseñaban rostros negros para mostrar a la mayor parte de los pobres, aunque la mayoría de las personas por debajo de la barrera de pobreza eran blancas.”⁵⁴ En este país se observó un gran cambio gracias al arduo trabajo por parte de los afroamericanos para hacer respetar sus derechos, a pesar de esto todavía tienen un gran trecho que recorrer junto con las otras culturas que ahí habitan y sufren de discriminación. Casos como los dos anteriores se han dado en todo el mundo en mayor o menor grado, la mayoría pasan desapercibidos porque no tienen un punto crítico como el Holocausto o el Apartheid, sin embargo causan el mismo daño a la población.



Imagen: Alabama 1956, segregación racial en bebederos públicos.

⁵³ Martínez, *Análisis Psicosocial del prejuicio*, Ed. Síntesis S.A, pág. 52, 1996

⁵⁴ Archer y Mohammad- Mahmoud Ould, *Exclusión Racial y Económica, Consecuencias en materia económica, Informe del Seminario Internacional The Economics of Racism*, 2001, Web

México

Los orígenes de la discriminación pueden seguirse en México junto con el resto de América Latina, toda esta zona tiene antecedentes comunes, como la conquista y la colonización:

“El origen más remoto de la exclusión y la segregación étnica y racial se encuentra en la instauración del régimen de conquista y colonización. El dominio de territorios, la apropiación de la riqueza natural del continente, la hegemonía política y cultural, el sometimiento o la evangelización, y la incorporación masiva de mano de obra a las faenas agrícolas y mineras, fueron eslabones del sometimiento y la discriminación de grupos indígenas y poblaciones afrolatinas y afrocaribeñas, mediante el denominado “servicio personal” o “encomienda”, y en la esclavitud o trabajo forzado.”⁵⁵

Por lo tanto desde la colonia y la colonización en México y el resto de América Latina podemos hablar de una desintegración de estas sociedades, donde se excluyó y sometió a los individuos que la formaban, desde el primer momento en que estas personas no fueron incluidas en el proceso de formación de la nueva organización, comienza en Latinoamérica una larga historia de injusticia, discriminación y completa falta de reconocimiento de los derechos humanos.

En el siglo XIX con la instauración de las Naciones Estado, las élites políticas intentaron homogeneizar a la población: “Se plantearon la superación de las estructuras jerárquicas de la colonia bajo la bandera de una sola cultura y una sola nación”⁵⁶ aunque las culturas indígenas y afroamericanas no se incluyeron dentro de estas nuevas naciones. “La negación del otro por parte de las élites políticas y económicas (las élites que asumen su identidad como criolla, casi nunca como mestiza).”⁵⁷

Ya en el siglo XX la actitud de los gobiernos cambió, se intentó que los pueblos indígenas formaran parte de la sociedad, se trató de incorporarlos; desafortunadamente esta actitud no duró mucho tiempo y se volvió a la misma estrategia discriminatoria.

En México, en 1965 la organización de las Naciones Unidas adoptó la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial y estableció el día 21 de marzo como Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación Racial.⁵⁸

En teoría este acuerdo debería proteger a los grupos más discriminados en México, crear campañas que disminuyan el trato racista y excluyente y debería sancionar a los medios de comunicación y a la publicidad que estos incluyen por cualquier tipo de material que pueda considerarse como discriminatorio. Uno

⁵⁵ Hopenhayn y Bello, *Discriminación étnico- racial y xenofobia en América Latina y el Caribe*, División de Desarrollo Social, Publicación de las Naciones Unidas, ONU, 2001, Web

⁵⁶ Idem

⁵⁷ Ibidem

⁵⁸ CONAPRED, *Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal*, Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2011, Web

de estos medios es la televisión que, de acuerdo a LAMAC (Latin American Multi-channel Advertising Council): “El medio con mayor difusión en nuestro país es la televisión y se estima que la inversión publicitaria en TV es de aproximadamente \$2,700 millones de dólares al año”.⁵⁹

El 11 de junio del 2003 en México se decretó la *Ley para prevenir y eliminar la discriminación* en la que se establecen los casos de discriminación considerados o no un delito, a pesar de esto, en esta ley no existe un apartado en donde la publicidad en México se vea comprometida o recaiga en ella alguna responsabilidad; en un artículo del diario de distribución nacional *El Universal*, Cynthia Sánchez entrevista a una persona que se dedica a hacer *castings* para la televisión mexicana, al preguntarle sobre la escasa aparición de personas morenas en la televisión nacional, él responde: “Hasta el momento, a nadie le ha incomodado ver pocos morenos en la publicidad mexicana, ni tampoco que cuando aparezcan sean en papeles de obreros o campesinos. El Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) no tiene ni una sola queja al respecto.”⁶⁰

El hecho de que no exista alguna queja no quiere decir que sea correcto, la televisión ha aprovechado la noción que tiene el mexicano sobre sí mismo para apoderarse de la imagen que le proyectan en su publicidad, una imagen aspiracional y muy fuera de la realidad nacional, esto habla de nosotros como sociedad, ya que: “Al analizar anuncios publicitarios estamos analizando características y patrones de nuestra cultura.”⁶¹

56



Ilustración publicada en el artículo “Quién no es quién” Revista Nexos, Agosto, 2013

⁵⁹ LAMAC, *La industria de la publicidad en México merece conocer la verdad*, Web

⁶⁰ Sánchez, *Los pedimos mexicanos pero no tanto*, *El Universal*, 2013, Web.

⁶¹ Feria, *Educación y publicidad*, Grupo Comunicar Andalucía, 1998, pág. 12

LA PUBLICIDAD Y EL DESARROLLO INFANTIL

La publicidad usa la persuasión como su principal herramienta; por medio de diversos recursos invita al consumidor a que adquiera un cierto producto que le facilitará la vida, pero que además lo hará verse mejor entre sus conocidos y aumentará su calidad de vida y probablemente su *estatus social*. Sería natural pensar, que la publicidad se interesa más por el público adulto, tienen un mayor nivel de adquisición, solvencia económica, etc. Pero como aclara Stella Martínez: “Los niños son importantes para la publicidad porque se ven como sujeto influenciable, cuyas preferencias y elecciones inciden en el gasto ajeno y, por último, como futuro consumidor que adquiere determinadas opiniones, conocimientos y actitudes sobre marcas y productos que todavía no están a su alcance.”⁶²

Desde el punto de vista de la publicidad los niños representan un amplio mercado que se convertirá en consumidor en un futuro, por lo tanto es imprescindible comenzar desde etapas tempranas a fomentarles una mentalidad del consumo, pero así como moldean las mentes infantiles para que comiencen a consumir, también influyen de maneras no tan notorias, en la creación de estereotipos, prejuicios o en la manera en que se ven a sí mismos.

*“Uno de los principales lugares en donde los niños y adultos aprenden acerca de los estereotipos es en los medios de comunicación. Los anuncios, los programas de televisión, las películas y otros, están saturados con estereotipos raciales y de genero. La publicidad influye como las personas perciben y se relacionan entre sí.”*⁶³

57

Para entender más sobre esto es preciso identificar qué pasa en las diferentes etapas de crecimiento de un niño, qué es lo que aprenden y desarrollan en cada una de ellas y cómo interviene la publicidad en este aprendizaje. Blanca Moll explica el desarrollo de las primeras etapas infantiles de la siguiente manera:

- 0 años: El niño es un ser social desde su nacimiento, que su conducta se orienta a los otros y que su identidad se construye mediante las interacciones sociales establecidas.
- 0 - 3 años: Durante los tres primeros años se desarrollan en el niño todas las funciones del lenguaje, ya que es un medio de comunicación y de conocimiento del exterior. El niño aprende a comparar, a relacionar, a generalizar y con todo ello se estructura su pensamiento.⁶⁴
- 4 - 5 años: Los niños llegan a comprender que la mente puede representar objetos y eventos de forma precisa o imprecisa. La comprensión de que la

⁶² Martínez, *Los niños ante la publicidad televisiva*, Ed. Síntesis S.A. 2005, pág. 199

⁶³ Aguilar, *Prejuicios, Estereotipos y Discriminación*, Network de Psicología Organizacional, Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. pág. 8

⁶⁴ Moll, *Escuela infantil de 0 a 6 años*, Ed. Anaya, 1989, pág. 15,16, 2011

gente tiene creencias falsas se desarrolla en una gran cantidad de niños a la edad de cinco años.⁶⁵

- 5 años: En la niñez intermedia o tardía, los niños pasan de comprender que las creencias pueden ser falsas a comprender que las creencias y la mente pueden ser “interpretativas”, ejemplificando al ser conscientes de que un mismo evento puede tener múltiples interpretaciones.

A su vez M. Carmen Martínez añade que alrededor de los 3 o 4 años se desarrolla la conciencia étnica: “En esta etapa el niño desarrolla su identidad racial a partir del proceso de interacción con otros niños.”⁶⁶

Y que a la edad de 4 años: “La conciencia del significado del color aparece precedida de la conciencia de categoría racial que se adquiere hacia los cuatro años o dependiendo del grado de importancia que la sociedad le da a las diferencias sociales.”⁶⁷

De acuerdo a estas investigaciones podemos interpretar que los niños desde edades muy tempranas son perfectamente capaces de entender si un argumento es verdadero o falso y que pueden existir diferentes formas de pensamiento sobre un mismo tema, el problema de esto y lo que los niños ven en la publicidad es que esta última genera argumentos falsos que vende como verdaderos, es por esto que los niños necesitan un guía, ya sea sus padres o maestros, que ayuden al niño a discernir entre lo que es real y lo que es falso de la publicidad, que genere en un futuro un criterio propio, además de fomentar la identidad cultural y su autoestima, para que el niño no sea vulnerable ante las estrategias publicitarias.

58

⁶⁵ Wellman, Cross y Watson (2001) citado por Santrock, *Psicología del desarrollo. El ciclo vital*, 2006, pág. 255

⁶⁶ Martínez, *Análisis Psicosocial del prejuicio*, Ed. Síntesis S.A, pág. 46,47, 1996

⁶⁷ Carpendale y Chandler (1996) citado por Santrock, *Psicología del desarrollo. El ciclo vital*, 2006, pág. 255

La discriminación racial en la publicidad y su influencia sobre la identidad del niño mexicano

Una de las maneras en que afecta la discriminación en la publicidad a los niños y quizá la más importante es en la percepción que tenemos de nosotros mismos como individuos, en la entrevista que le hace Joan Escules a David Mckie en el Congreso Internacional de Relaciones Públicas, Mckie define a la percepción como: “El proceso por el que los individuos seleccionan, organizan y evalúan los estímulos que provienen de su entorno. La percepción es selectiva e inexacta, fruto de un proceso aprendido culturalmente determinado, que acostumbra a ser consistente en el tiempo.”⁶⁸

En el transcurso de su vida el ser humano va formando el concepto que tiene de sí mismo, muchos factores sirven para determinar qué persona vamos a ser en un futuro, “Los niños y las niñas aprenden roles de género a través de la imitación y el aprendizaje observacional, mirando lo que otra gente dice y hace.”⁶⁹

Las personas de las que aprendemos en primer lugar son nuestra familia, de ellos imitamos conductas, comportamientos, tradiciones, etc. Por otro lado el individuo a través de los medios, adquiere patrones de belleza, estereotipos y normas de comportamiento social, que una vez establecidos son difícilmente corregibles: “Los medios difunden una cultura que los miembros de su sociedad han de aprehender para no caer en un vacío existencial que les separaría de un grupo.”⁷⁰ Tienen gran repercusión en los procesos básicos de interacción social:

59

- **Cognición social:** identidad, representaciones, atribuciones causales, experiencias cognitivas y afectivas comunes, etc.
- **Socialización:** lenguaje, desarrollo del pensamiento, adquisición de hábitos, copia de modelos, etc.
- **Influencia social:** conformismo, persuasión, poder y autoridad, presiones inconscientes, etc.
- **Actitudes:** formación y cambio, prejuicios y estereotipos, etc.⁷¹

En los años cuarenta dos psicólogos afro-americanos Kenneth Bancroft Clark y Mamie Phipps Clark realizaron un experimento con niños afroamericanos, les dieron a escoger entre una muñeca blanca y una muñeca pintada de negro, los psicólogos se sorprendieron al observar que la gran mayoría de los niños escogía la muñeca blanca; éste estudio fue crucial en el caso Brown contra la Junta de Educación de 1954, que llevó al fin de la segregación en las escuelas en Estados Unidos.⁷²

En el 2011 en México se realizó un experimento basado en el de Kenneth y Mamie Clark en una campaña llamada “11.11 Cambio Social” impulsada por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), las respuestas de

⁶⁸ Escules, Entrevista con David Mckie, Universitat Oberta de Catalunya, 2011

⁶⁹ Santrock, *Psicología del desarrollo. El ciclo vital*, Ed. Mc Graw Hill, 2006

⁷⁰ Suarez, *Estereotipos de la mujer en la comunicación*, Nodo50, Mujeres en Red, 2007, Web

⁷¹ Feric, *Educación y publicidad*, Grupo Comunicar Andalucía, 1998, pág. 10

⁷² Billante y Hadad, *Los niños aprenden y conservan los prejuicios raciales, según estudio*, CNN México, 2010, Web

los niños fueron alarmantes, todos sin excepción prefirieron al muñeco blanco, por el que sentían mayor simpatía, confianza e incluso se identificaban con el, acerca del muñeco de piel morena, representaba violencia, temor y fealdad.⁷³

Cuando uno ve los resultados de este estudio, puede entender el alcance del racismo en nuestro país, un racismo latente y arraigado a nuestra cultura: “Los niños aprenden, como parte de socialización, el orden jerárquico de los grupos sociales y étnicos que conforman su comunidad, consolidando en los últimos años de la adolescencia sus actitudes y preferencias”⁷⁴

¿Qué estamos enseñando a los niños? Quizá la falta de identidad y de identificación con nuestras culturas endémicas y nuestro origen es lo que no nos permite unirnos como nación. Es verdad que este fenómeno ha existido incluso antes de los medios masivos de comunicación y el establecimiento de patrones de belleza en ellos, pero es el mantenimiento de los mismos, su repetición, lo que hace que los medios sean en mayor medida responsables del racismo en México: “Presentes en todo el ciclo vital del ser humano, los medios de comunicación adquieren creciente importancia en nuestra cultura... no es de extrañar que los medios de comunicación transmitan, enseñen y conformen actitudes y prejuicios.”⁷⁵



Arriba izquierda: Kenneth y Mamie Clark, arriba derecha: Experimento de Kenneth y Mamie Clark, Estados Unidos, Decada de los 40's, abajo: Experimento recreado en México en 2011

⁷³ López, Noticia: Racismo en México, Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2011, Web

⁷⁴ Martínez, Análisis Psicosocial del prejuicio, Ed. Síntesis S.A, 1996, pág. 48

⁷⁵ Ibidem, pág. 52

La educación como solución al racismo en la publicidad

Este apartado no se refiere a la educación institucional, no pretende cambiar la manera en que se educa a los niños en las escuelas (aunque también sea necesario), hace mayor referencia a la educación en integral de una persona, los círculos sociales en los que se desempeña, su educación psicológica, emocional, cultural etc.

“Una verdadera educación en medios de comunicación social nunca deberá quedarse en lo descriptivo y técnico, puesto que de esta forma lo único que estaríamos haciendo sería facilitarle a los productores publicitarios la posibilidad de que pudieran ser comprendidos mejor. Por lo contrario, si educamos también en lo interpretativo, el receptor será capaz de descubrir e inferir las comunicaciones advertidas e inadvertidas que le quieren transmitir, y por tanto, estará mas capacidad para evitarlas.”⁷⁶

Asimismo es necesario aceptar la responsabilidad de los medios de comunicación como factores desencadenantes de la discriminación y el racismo, exigir que la publicidad sea multicultural y que los medios sirvan para distribuir estos nuevos patrones a la población. Si se hiciera conciencia sobre la gran influencia que tienen los medios de comunicación sobre la población, se podrían adoptar medidas para enseñar tolerancia a través de la imitación y así disminuir la discriminación.⁷⁷

Actualmente existen algunos países donde la programación infantil es muy estricta, no permiten la violencia y el lenguaje altisonante, en Japón por ejemplo es difícil ver personas occidentales en la publicidad, eso es porque en este país existe una cultura nacionalista muy fuerte. Es preciso replantear la manera en que tratamos a los niños, la falta de información, la ignorancia y nuestra cultura nos han llevado a menospreciar su inteligencia y su comprensión; tenemos que comprender que su proceso informativo es completamente diferente (de forma mas creativa y sin inhibiciones) y eso no los hace inferiores. Si el adulto quiere entender más sobre los procesos cognitivos de los niños, lo que debe de hacer es precisamente, dejar de pensar como un adulto; ver el mundo como lo ve un niño, de una manera pura. “Resulta necesario un cambio social con respecto a las representaciones sociales que tenemos sobre niños y niñas, para superar la vieja idea de considerarlos objetos de protección, en lugar de reconocerlos como sujetos de derecho, es decir, ciudadanos y ciudadanas con los mismos derechos.”⁷⁸

⁷⁶ Fera, Educación y publicidad, Grupo Comunicar Andalucía, 1998, pág. 13

⁷⁷ Martínez, Análisis Psicosocial del prejuicio, Ed. Síntesis S.A, 1996, pág. 200

⁷⁸ Fera, Educación y publicidad, Grupo Comunicar Andalucía, 1998, pág. 14

CAPÍ

TULO

3 CREACIÓN
DE UN ÁLBUM
ILUSTRADO

INTRODUCCIÓN A LA HISTORIA

La historia es una breve composición que se desarrolla a lo largo de 12 pequeños párrafos distribuidos en el cuento, comienza con la presentación del personaje principal, Chau, una niña de 6 años que recibe un regalo, una muñeca rubia. A partir de este elemento, la niña se hace varias preguntas sobre su aspecto físico y empieza a identificar modelos estéticos parecidos a su muñeca en los medios de comunicación (televisión, publicidad, etc.). Después observa en su ambiente a la gente que le rodea, su aspecto físico y su personalidad, al finalizar sus observaciones se acerca a sus padres para resolver sus dudas y por último toma una decisión que sirve como desenlace de la historia.

Los personajes



CHAU

Es el personaje principal, es una niña mexicana de 6 años de clase media, de tez morena y con una gran curiosidad como cualquier niño de su edad.



MUÑECA

Elemento importante de la historia, a partir de este personaje surgen las dudas de Chau y comienza la búsqueda para contestarlas.



SEÑORA MAGOS

Dueña de una papelería, 50 años de edad, tez blanca, ojos azules.

SEÑOR PANCHITO

Dueño de una miscelánea pequeña, 56 años de edad, tez morena.

Estos dos personajes representan, personas de diferente sexo y características físicas distintas pero que comparten una personalidad voluble y un desagrado por los niños.



MAESTRA LULÚ

Maestra de primaria, 36 años de edad, tez blanca.

PEPE

Joven encargado de una heladería, 23 años de edad, tez morena.

Estos dos personajes representan, personas de diferente sexo y características físicas distintas, en un rango de edad menor que los dos primeros personajes, su personalidad es generosa, amable y paciente con los niños.



PADRES DE CHAU

Ambos de tez morena, son amorosos, comprensivos y pacientes, en ellos Chau encuentra una atmósfera de confianza para compartirsus inquietudes.



TULIO

Hombre, 38 años, tez negra.

MEME

Mujer, 37 años, tez blanca.

Esta pareja de personajes representa un caso raro en las sociedades, un matrimonio interracial, su personalidad es alegre y amable, son pacientes y agradables con los niños.

La historia

Chau y su primera muñeca

Desde que nació, Chau fue una niña de muchas preguntas. ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Dónde?

Preguntaba siempre. Le hacía preguntas a todos, sobre todo.

Pero, Chau jamás había preguntado por el aspecto de las personas.

Para ella eso no era importante, mucho menos para hacer amigos.

En su escuela jugaba con todos los niños, y todos los niños jugaban con ella.

Fue hasta el día de su cumpleaños número seis cuando su tío le regaló su primera muñeca. Venía dentro de una gran caja rosa.

Chau la sacó y empezó a observarla: Tenía dos orejas, una boquita y dos ojos muy grandes, aunque de un color muy claro.

Su cabello se parecía al de ella, largo y lacio pero de otro color.

Sus dos brazos y piernitas eran como las de ella aunque su piel era mucho más clara.

“¡Qué bonita es!” pensó Chau, “aunque... yo no me parezco a ella.”

Desde ese día Chau empezó a notar cosas en las que nunca se había fijado, como que los niños y los adultos que salían en los comerciales de la televisión y en los anuncios de las revistas se parecían mucho a su muñeca.

Pero la gente de la calle, sus vecinos y su familia no.

Entonces se puso a observar por aquí y por allá, por ejemplo a la señora Magos la dueña de la papelería que tenía los ojos iguales a los de su muñeca. Todos los niños de la cuadra le tenían miedo porque siempre andaba de mal humor.

La señorita Lulú, su maestra, se parecía mucho a su muñeca, y la ayudaba con la tarea y les contaba un cuento cada día.

Al señor Pancho, el de la tiendita, que no se parecía a los señores de la televisión y siempre le gritaba “¡Deja ahí niña!”, y la espantaba de su aparador.

Pepe, el muchacho de los helados, que tampoco se parecía a la gente de los anuncios, la saludaba siempre y le ponía muchas chispas de chocolate a su helado.

Sus vecinos, el señor Tulio que era de un país lejano y su piel era la más oscura que Chau había visto jamás. Se la pasaba cantando todo el tiempo en su jardín y siempre tenía una enorme sonrisa.

Y su esposa Meme que era igualita a una señorita que salía en la televisión. Siempre andaba con mucha prisa y siempre se estaba riendo.

Después de haber visto todo esto, Chau fue a ver a mamá y a papá. Ellos no se parecían a la gente de la televisión o a su muñeca, y eran las personas a las que Chau más quería y admiraba en todo el mundo.

Tal vez Chau no se parecía a su muñeca. Pero para ella su muñeca era una persona como Pepe, como su maestra, sus vecinos, sus papás o como ella. Y eso, era todo lo que importaba.

El mensaje

Lo que intenté transmitir con esta historia, es un problema que muchas veces los mexicanos no tenemos consciente, cuando un niño desde corta edad empieza a compararse con los patrones estéticos que tiene más cerca como sus juguetes o la publicidad, ¿quién está ahí para decirle que no debería intentar parecerse a ellos? En la historia Chau se acerca a sus padres y ellos le resuelven sus dudas; en la realidad ¿cuántos niños se acercan a sus padres con este tipo de preguntas?, ¿cuántos padres se han tomado el tiempo de explicarles a sus hijos sobre los contenidos de la publicidad? La respuesta es: muy pocos. La intención de esta historia es despertar tanto en padres como en hijos la necesidad de comunicarse y explicarse estos patrones estéticos que nos afectan como sociedad.

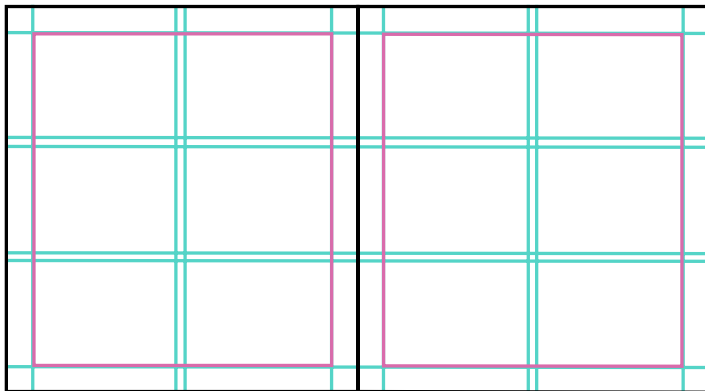
DISEÑO GRÁFICO

El diseño de un álbum ilustrado se ha convertido en estos últimos años en un requisito indispensable, todavía hace algunos años se creía obsoleto o se hacía por los mismos autores o algún editor y aunque existen ejemplos muy buenos, se tiene que aceptar que el diseño ayuda mucho en la producción y reproducción de este tipo de materiales. Como una pequeña introducción incluyo dos conceptos de diseño de Luz del Carmen Vilchis: “El diseño es en consecuencia una disciplina proyectual que se orienta hacia la resolución de problemas que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación según sus necesidades físicas y espirituales.” También nos dice que: “Lo diseñado comprende el producto de la acción, cuya variedad abarca lo mismo casas, muebles, instrumentos, máquinas, sistemas de señalización, libros, revistas, periódicos, carteles, timbres postales, dibujo de animación, folletos, portadas, etc.”⁷⁹

Integración

El diseño del álbum ilustrado fué hecho en una retícula muy básica, una retícula subdivide una página de manera vertical y horizontal en márgenes, columnas, espacios entre columnas, líneas de texto y espacios entre bloques de texto y bloques de imágenes, este tipo de diagramación permite que el proceso de diseño se acelere y garantiza la coherencia visual de las páginas.⁸⁰ En este caso la retícula que se usó, solo tiene un margen de 1.5 cm por lado, y tiene una guía vertical que divide cada página a la mitad y dos guías horizontales que permiten la flexibilidad y facilitan la coherencia entre imagen y texto.

72



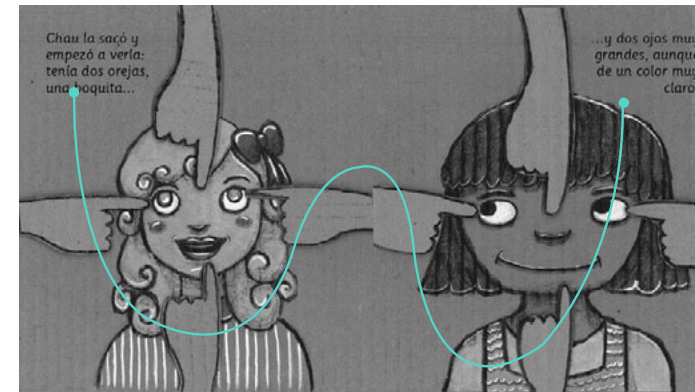
Retícula usada para el diseño del álbum ilustrado.

⁷⁹ Vilchis, *Metodología del Diseño: Fundamentos Teóricos*, ENAP, UNAM, 1998, pág. 38, 39

⁸⁰ *Retículas, Soluciones creativas para el diseñador gráfico*, Ed. Gustavo Gili, 2008, pág. 10

Ubicación

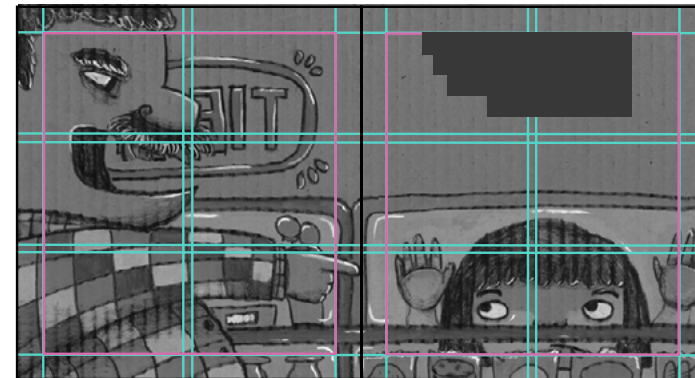
Al ser un material para niños, la ubicación de los elementos no se basa en la repetición o el uso de una misma diagramación para todas las páginas, lo que se intentó en la composición, fué organizar los elementos de manera que el recorrido visual fuera dinámico y sencillo. En este caso las imágenes son protagonistas en la composición.



73

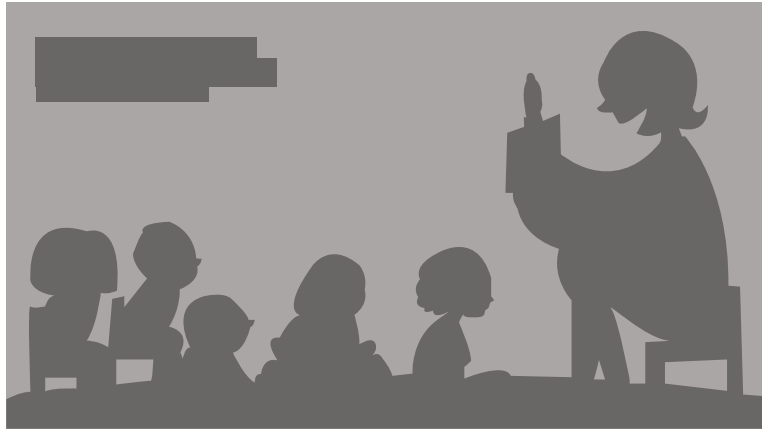
Proporción

En la proporción de los elementos de las ilustraciones se quiso que los espacios en blanco compensaran y equilibraran el peso de las figuras que son de gran tamaño, para lograr esto las imágenes fueron dispuestas de manera centrada, lateral o inferior dejando grandes espacios vacíos.



Distribución

Se planeó que las figuras no dominaran por completo el espacio, se distribuyeron de tal forma que existiera espacio adicional al requerido por el texto, con el fin de no saturar el plano, y las texturas fueron usadas sólo en ciertas partes para evitar la saturación.



74

DISEÑO TIPOGRÁFICO

Se le conoce como tipografía a la notación y organización mecánica del lenguaje, es un sistema de símbolos convencionales que se adopta para documentar una disciplina a través de un código gráfico, usando unidades repetibles diferenciados por atributos como: forma, construcción, proporción, modulación, espesor, grosor, terminaciones o decoración.⁸¹

Tamaño

La tipografía que se escogió para este trabajo en específico se llama Sassoon Primary Typeface, fue creada por la Doctora Rosemary Sassoon y Adrian Williams en 1986, la Doctora Sassoon dedicó varios años de su vida a la investigación de tipografías infantiles y posteriormente se dedicó a crearlas; comenzó su proyecto preguntándole directamente a los niños que tipografías y que espaciado entre letras eran más fáciles de leer, descubrió que los niños preferían las tipografías ligeramente oblicuas*, sin patines superiores y con

* Tipografía oblicua: Es el resultado de la inclinación de la redonda, sin que su apariencia sufra grandes cambios.

⁸¹ Baines y Haslam, *Tipografía, Función, forma y diseño*, Ed, Gustavo Gili, 2005, Pag. 9,10, 54, 55, 125

pequeños patines de salida, estas características los ayudaban a unir las letras en palabras y coincidían con las características que se daban para aprender a escribir letra manuscrita.

Forma

Sassoon Primary fué una de las primeras tipografías que desarrolló la Doctora Sassoon y tuvo un gran éxito entre editoriales educativas por que representaba a la letra manuscrita pero no era un modelo demasiado estricto, se las describe como “representaciones de la letra manuscrita”, una de las razones por las que la Doctora Sassoon se interesó en desarrollar tipografías infantiles fué al observar que una gran parte de las tipografías modernas disminuía sus ascendentes y descendentes para incluir el mayor texto posible en un espacio limitado, esto estaba bien para adultos que leían fluidamente, ¿pero qué pasaba con los niños? Sassoon se dió cuenta de la necesidad de crear una tipografía de letras amigables y fáciles de reconocer.⁸²



75

El puntaje que se empleó fue de 20 puntos, en proporción con el formato del libro y el tamaño de las imágenes este tamaño facilita la lectura de los niños.

Chau y su primera muñeca 12 pt.

Chau y su primera muñeca 16 pt.

Chau y su primera muñeca 20 pt.

* Legibilidad y Lecturabilidad: Ovink lo define como la facilidad y precisión con la que el lector percibe los textos impresos y hace referencia a la percepción visual. Lecturabilidad, Se define de la misma manera que legibilidad pero hace referencia a la comprensión del texto. Lynne Watts y John Nisbet, *Legibility in children's books: a review of research* (Windsor: NFER Publishing Company, Ltd., 1974), p. 10. Unos Tipos Duros, Teoría y práctica de la tipografía, Web.

⁸² “Why Sassoon?” Dr. Rosemary Sassoon, Adrian Williams, Web.

DIMENSIÓN COGNITIVA

Selección narrativa

El texto usado en esta historia fue escrito por mí, bajo la tutela y corrección del Profesor Mario Rey, académico en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, quien tuvo la amabilidad de señalar las partes débiles u obvias de la trama y darme consejos para corregirlos, lo que buscaba realizar era una historia corta y concreta que con ayuda de las ilustraciones transmitiera un mensaje tal y como dice Martin Salisbury: “El ritmo de la narración es básico para mantener el interés del lector joven por la historia. Hay muchas maneras de controlarlo: variando el tamaño de las imágenes, modificando el punto de vista o alternando la distribución de la imagen en la página.”⁸³

Como referencias del texto encontré dos publicaciones similares que me sirvieron de inspiración y ejemplo, la primera es un material de origen espa-

ñol titulado *Diferentes: Guía ilustrada sobre la Diversidad y la Discapacidad* de Angels Ponce, con ilustraciones de Miguel Gallardo, dirigido a niños de 4 a 8 años de edad; esta guía muestra a los niños las diferencias en todos los aspectos, desde las diferencias entre animales y plantas, el clima, las religiones, pasando por las diferencias entre personas, raza, tamaño, formas de pensamiento, enfermedades o discapacidades, etc. Además incluye actividades para que los niños interactúen y aprendan sobre sus propias diferencias y cualidades. La segunda referencia y quizá la más cercana, es el libro titulado *Colores que se aman*, de Paco Abril y con ilustraciones de Anne Decis; en este cuento se desarrolla la historia de Luca hijo de un hombre de raza negra y una mujer de raza blanca y sus dudas acerca del papel que desempeña el color de la piel en la sociedad.



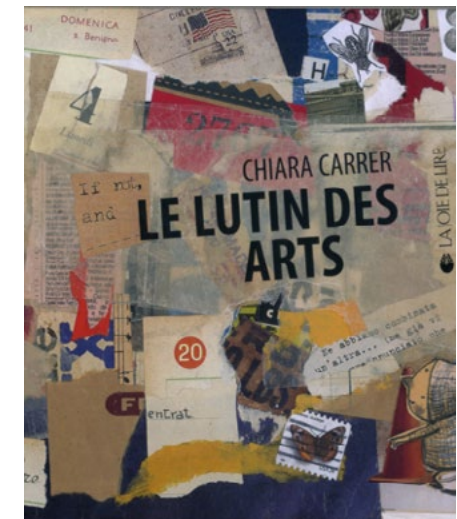
Imágenes: Arriba, guía “Diferentes”; Abajo: Ilustraciones de “Colores que se aman” de Paco Abril

⁸³ Salisbury, *Ilustración de libros infantiles; Cómo crear imágenes para su publicación*, Ed. Acanto, 2005, pág. 82

Selección visual

Después de terminar la historia llegó el momento de pensar en las ilustraciones y las técnicas que se podrían usar; el principal problema era cómo representar los diferentes tonos de la piel de los personajes, sin que fuera una solución demasiado obvia, se buscaron materiales que pudieran asemejar la piel morena, el cartón, resultó ser una excelente opción, permitía usar diferentes técnicas, no era un material delicado y además proporcionaba una textura general, un cierto tipo de “atmosfera” dándole a la historia un segundo significado; conectaba el color de la piel con un material muy común en nuestro entorno, de acuerdo a este fundamento, uno de los referentes para la selección visual

fue la estética de las ciudades de México, puestos comerciales, gráfica popular, residuos e incluso la basura, fué una inspiración a la hora de escoger el soporte y las texturas que conformarían las ilustraciones. El segundo referente que se dirigió más o menos por el mismo eje son las ilustraciones de la italiana Chiara Carrer, su trabajo se caracteriza por utilizar materiales diversos como la tela, el cartón, diferentes papeles, etiquetas, fotografías, propaganda, que complementa con grafito, marcadores, crayones, etc.

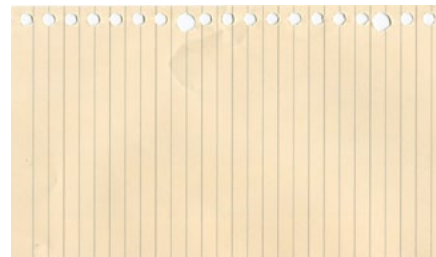
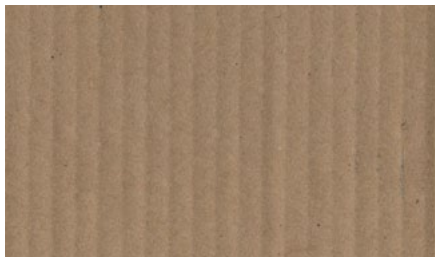
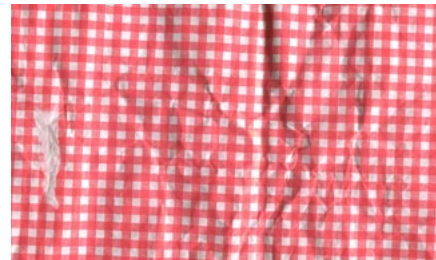
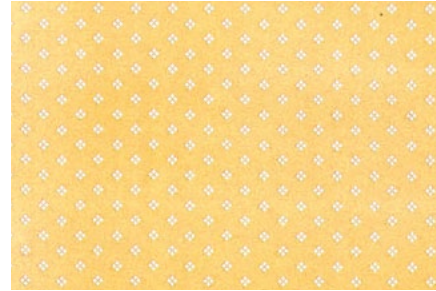


Izquierda: “Residuos” Fotografía tomada de la SEDEMA; Derecha: Portada para “Le Lutin des Arts” de Chiara Carrer

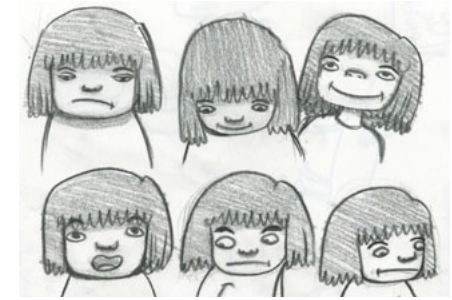
DIMENSIÓN ESTÉTICA

Gradiente Presentacional

La selección de las texturas se hizo pensando en lo antes mencionado una serie de materiales como tela, papel, que junto con el cartón hicieran un juego de texturas, en una composición limpia y sin saturación, una representación sobria de la estética de las ciudades de México.



Los personajes de la historia podrían ser situados dentro de la escala de iconicidad en el segundo nivel, el figurativismo, ya que tienen un nivel de detalle medio-alto. Los objetos guardan un menor grado de semejanza con la realidad, aunque se rescatan los rasgos elementales del objeto remitente, en este caso personas. En los ejemplos de esta página se muestran los bocetos del personaje Chau y se puede apreciar el nivel de iconicidad. La técnica que se usó fue una mezcla de gouache, acrílico, marcadores de cera, y acuarela blanca, todo sobre cartón; las texturas de tela, papeles, plástico, entre otras, fueron agregadas posteriormente en Photoshop.



Primeros bocetos, estudio de personaje, prueba digitales y primera prueba de gouache sobre cartón y resultado final..

Connotaciones formales

Al ser la connotación un proceso estrechamente ligado al conocimiento previo del espectador para interpretar el significado o significados de una imagen, los libros infantiles deben tener poca carga simbólica o sólo la que un niño de 5 o 6 años pueda interpretar; sin embargo gracias a la investigación realizada sabemos que los niños de esta edad son capaces de identificar un gran espectro de significados con respecto a una imagen. Se podría decir que la connotación desarrollada a lo largo del libro es el color de la piel; quería representarlo de una manera distinta pero que no fuera totalmente errático como sería usar un color azul o verde; el cartón cumplió perfectamente su función ya que es fondo y figura a la vez, le da textura y un contexto cultural.

Gradiente Lúdico

Abordar el tema de la discriminación e intentar explicarla a los niños de una manera sutil pero directa es un trabajo difícil, ¿cómo representar la discriminación?, de manera que no termine siendo solamente una guía o un gran catálogo de las diferencias que existen entre las personas, ¿cómo se hace del tema algo propio, algo con lo que un niño pueda identificarse? La respuesta está en hacer que el niño se sienta dentro de la escena y que se sienta identificado, usando otros niños por ejemplo.⁸⁴



Ilustración de Sinna Mann (*Hombre Enojado*) de Svein Nyhus y Gro Dahle

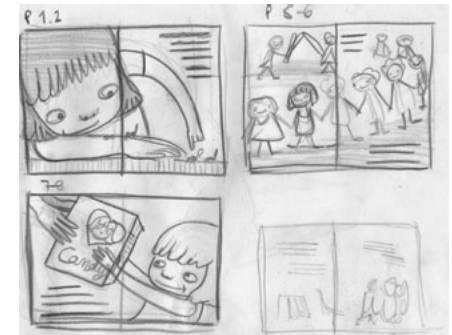
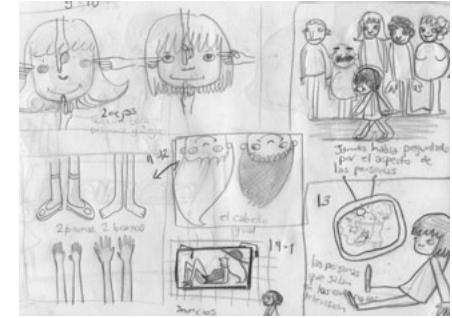
⁸⁴ Heller y Chwast, *Illustration: A visual history*, Harry N. Abrams, 2008, pág. 229

Para un tema como la discriminación racial probablemente usar animales no sería la mejor idea; es por esto que opte por usar niños y no sólo eso sino niños mexicanos. En la creación de libros ilustrados existen varios temas que son difíciles de explicar a un niño, ya sea por su complejidad o por tabús que existen en las sociedades, temas como la violencia, el sexo, la homosexualidad, el abandono, la pobreza, la muerte, etc. Aun así existen ejemplos formidables que lo hacen de una manera extraordinaria, Sinna Mann de Svein Nyhus y Gro Dahle es un grán ejemplo del acercamiento a los niños un tema como la violencia intrafamiliar.

Alusiones estilísticas

En el dibujo la línea siempre es importante, ya sea un boceto o el principio de una ilustración, las líneas siempre nos dan la expresividad o la rigidez que seguirá teniendo nuestro trabajo hasta el final, en el libro *El arte y el dibujo*, se refieren al dibujo objetivo como el principio de todo, es representar al objeto sin luces, sombras o profundidad: "El dibujo objetivo es un trabajo básicamente lineal; en la línea se encierra toda la información figurativa y la gracia de la obra... líneas y trazos determinan el carácter y el énfasis en la representación."⁸⁵

El aspecto fuerte de las ilustraciones de este álbum ilustrado es precisamente la línea, fueron hechas con trazos de primera intención, lo que les agrega personalidad y dinamismo, es por eso que se necesitaba de una técnica que permitiera explotar ese punto, no es un dibujo metonímico*, pero cuenta con características que son imprescindible a la hora de dibujar personajes infantiles, son simples pero capaces de transmitir un amplio espectro de emociones humanas. Dibujar niños es un aprendizaje constante, jamás se tendrá una pose de más de un minuto, los bocetos deben ser breves y concisos. Lo mejor de dibujar niños es que con ellos existe una interminable cantidad de posiciones, ideas e inspiración.



⁸⁵ *El Arte y el dibujo*, Parramón, 2011, pág. 108

* *Dibujo metonímico*: Se refiere al dibujo que copia tal cual la realidad del objeto, es detallado y preciso, es el antónimo del dibujo sintético.

RELACIONES SINTAGMÁTICAS

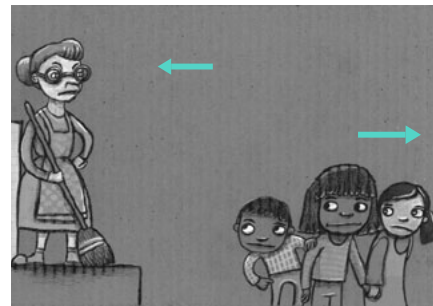
Secuencia inicial

En una secuencia existen varios aspectos que se pueden analizar; uno de ellos es la posición de los objetos dentro del plano, si un objeto se encuentra en la parte superior del plano puede interpretarse como una salida del espacio, si se encuentra en la parte inferior puede estar en reposo o bajando, si está a la izquierda puede significar un retroceso o un antes y a la derecha puede interpretarse como un progreso en la trama o un después; en esta distribución en particular son excepcionales las composiciones centrales, la mayoría están ubicadas en izquierda-derecha o arriba-abajo, lo que aumenta el dinamismo y la acción de la página. El segundo aspecto para analizar es la aparición congruente de los personajes a lo largo de la historia, en este caso Chau al ser el personaje

principal aparece en todas las escenas, al estar dirigido a un público infantil es de suma importancia que el personaje principal guarde similitud a lo largo de todo el cuento, a diferencia de una película donde el actor es el mismo, en un álbum ilustrado o secuencia gráfica el dibujo y la capacidad del dibujante de poder repetir a los personajes es vital para no causar confusión en el espectador. El propósito de este proyecto es causar empatía o identificación con el personaje, es por ello que su repetición continua es necesaria, sin embargo no es imprescindible que el personaje aparezca completo en todas las escenas, puede recurrirse a los diferentes encuadres o acercamientos, para insinuar su aparición sin tener que aparecer totalmente.



Izquierda: Alusión al personaje sin mostrarlo por completo, derecha: Distribución izquierda-derecha



Secuencialidad interior

El último paso para comprobar si la secuencia interna del álbum ilustrado, era hacer una prueba directamente con un grupo de niños; el colegio St. Michel ubicado en el Barrio La Concha, Xochimilco, D.F, me dió la oportunidad de leer el álbum a 20 niños de entre 5 y 6 años. La historia fue leída por una de sus maestras, mientras que yo tomaba notas y observaba la reacción de los niños, gracias a esto identifiqué tres problemáticas dentro de la secuencia:

- 1 Existe una pobre relación entre la muñeca y los personajes de los anuncios de publicidad, los niños no piensan que estos se parezcan a la muñeca.
- 2 Los niños no pudieron formar por completo la conexión en el eje muñeca- personajes de anuncios- personajes de ejemplo (Maestra, vecinos, señor Pancho, etc.)
- 3 El final deja a los niños en expectativa, falta un cierre más concreto, algún tipo de moraleja, que complete la historia.

La experiencia de leer el cuento a los niños, abrió por completo mi perspectiva; la interacción entre los niños, el cuento y los personajes es un ejercicio muy completo que permite identificar las partes fuertes y las partes débiles de la historia, las ilustraciones y la conjunción de éstas; los puntos fuertes que pude observar fueron:

- 1 Los personajes de Chau y la muñeca resultaron ser fácilmente identificables y agradables a los niños, fue sencillo para los niños recordar el nombre "CHAU".
- 2 Las texturas llamaron su atención.
- 3 Los personajes en general les parecieron entretenidos.
- 4 Identificaron que todos los personajes eran diferentes (edad, color de piel, personalidad).
- 5 Al final la mayoría contestó que para ellos no era importante el color de la piel para hacer amigos.
- 6 Para ellos no existía una relación entre el nivel de maldad o bondad de una persona y su color de piel.

CON
CLU
SIO
NES

Después comprobar la efectividad del cuento de manera práctica y no limitar el aprendizaje a un desarrollo teórico, las conclusiones que obtuve variaron considerablemente; pude darme cuenta que a pesar de los errores del álbum y que este no quedara seleccionado en el concurso de la *Orilla del Viento*, el proyecto era capaz de despertar en los niños cierta identidad y curiosidad, observar a las niñas y niños comparando su color de piel y su pelo, sus ojos y sus rasgos e incluso su propia familia, me dio una satisfacción difícil de describir.

Este proyecto me hizo reflexionar acerca de todo lo que me falta por aprender para obtener mejores resultados; todo el tiempo que trabajé en esta idea aprendí sobre nuevas técnicas, autores, opiniones, tendencias y vanguardias con respecto al álbum ilustrado, me di cuenta de lo especial que es este formato y la infinidad de posibilidades que uno tiene para compartir una historia con un niño y las recompensas que deja al descubrir que les has enseñado algo, por pequeño que sea. Personalmente creo que la relación entre el álbum ilustrado y la ilustración como una disciplina del diseño es menospreciada, el álbum ilustrado permite desarrollar los mismos aspectos diseñísticos que uno enfrentaría al realizar por ejemplo, un cartel, se necesitan los mismos conocimientos básicos sobre el espacio que compartirán texto e imagen, la distribución en el plano, el equilibrio, la proporción, la ubicación, etc. además, permite experimentar con diferentes tipografías y estilos de ilustración y al igual que un cartel, un álbum ilustrado tiene la función de informar y atraer al espectador. Es importante entender que la ilustración es una parte del diseño y por lo tanto necesita la misma planeación y método que cualquier otro proyecto, probablemente el error de muchos ilustradores y el por qué de la separación tan radical entre un trabajo de ilustración y uno de diseño, es no planear sus ilustraciones como parte de un todo, se hace la ilustración sin tener consciencia del tamaño que abarcará en la composición, la tipografía que se va a utilizar o incluso el método de impresión en el que se va a reproducir, es por eso que muchos trabajos terminan con un recorte dudoso de la ilustración, incrustada en un fondo y con el texto ocupando los espacios que todavía quedan disponibles.

El mal uso de la ilustración es la razón por la cual se piensa que los ilustradores no saben diseñar, una ilustración bien hecha es un trabajo integral de diseño por sí solo. Aprendí que existen autores que no reconocen al álbum ilustrado como un género aparte dentro de la literatura infantil, que lo consideran un material ambiguo y que bien podría ser una invención dentro de las nuevas tendencias; lo cierto es que después de la investigación realizada y tomando en cuenta la opinión de autores que se dedican a su elaboración, pude deducir que el álbum ilustrado es un formato que si es nuevo, pero al parecer estará entre nosotros mucho tiempo, ya sea por su versatilidad, su facilidad de manejo, sus contenidos o por la manera en que transmite sus mensajes. A partir de esto me propuse mejorar y perfeccionar la historia y las ilustraciones de *Chau y su muñeca*, y hacer que este intento por cambiar la percepción racial de nuestra sociedad no se quede sólo en la teoría.

Por último pude observar una pequeña muestra de todo el universo que conforman los niños mexicanos y sus reacciones ante el tema de la discriminación; pude entender que no es un problema superficial, y que a la edad de 5 ó 6 años los mexicanos ya tenemos implantada la idea de la diferencia entre blancos, morenos, negros, etc, y la importancia de estos colores en nuestra sociedad; creo que el mexicano es de naturaleza noble pero también tiene una pobre confianza en sí mismo y en los que le rodean, la prueba de ello es que desconfía de su propia piel y de aquellos que la comparten.

Tendemos a pensar en los niños de una manera condescendiente, a pesar de que todos alguna vez fuimos niños, la consideración hacia ellos es ínfima, en nuestra sociedad son una de las minorías mas ignoradas y maltratadas; es necesario dejar de tratar a los niños como si no nos entendieran y empezar a prestarles más atención, a darles un lugar dentro del grupo social, dentro de una sociedad que ha sido creada en función de los adultos.

REFE
REN
CIAS

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Morales Jorge Everardo

Prejuicios, estereotipos y discriminación
Network de Psicología Organizacional
Asociación Oaxaqueña de Psicología
A.C
Oaxaca, México 2011

ALBIÑANA, Salvador

*México Ilustrado: libros, revistas,
carteles 1920-1950*
Edición al cuidado de Salvador Albiña-
na
Instituto Cervantes
Editorial RM, Mayo, 2010, México, DF

BAINES, Phil y HASLAM, Andrew

Tipografía. Función, forma y diseño
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2005

ROTO VISIÓN S.A

*Retículas. Soluciones Creativas para el
diseñador gráfico.*
Ed. Gustavo Gili
Edición: Cristian Campos
Barcelona, 2008

CHWAST, Seymour y HELLER, Steven

Illustration: A visual History
Harry N. Abrams, New York, 2008

FERIA, Moreno Antonio

Educación y publicidad
Grupo Comunicar Andalucía
Educación y medios de comunicación
España, 1998

LAWRENCE, Zeegen

Principios de Ilustración
Título original: "The Fundamentals
of Illustration"
Editorial Gustavo Gili, 1ª Edición,
3ª tirada, 2009, Barcelona, España

LERIS, Nieves y PANADERO, Begoña

Los estereotipos en la publicidad
Unidad Didáctica en Educación
Secundaria Obligatoria
Departamento de presidencia y
relaciones institucionales
Zaragoza, 2002

MARTINEZ, Martinez M. Carmen

Análisis Psicosocial del Prejuicio
Editorial Síntesis SA
Madrid, 1996

MARTÍNEZ Rodrigo, Stella

Los niños ante la publicidad televisiva
Comunicación y Hombre, num 1, pp.
199- 209, Universidad Francisco de
Vitoria, España, 2005

MOLL, Blanca

La escuela infantil de 0 a 6 años
Autores varios
Textos universitarios
Ed. Anaya
España, 1989

PARRAMÓN Ediciones S.A.

El arte y el dibujo
Edición: Tomàs Ubach
Parramón Ediciones S.A.
Segunda Edición: Enero 2011
España

REY, Mario

*Historia y muestra de la literatura
infantil mexicana.*
SM Ediciones
Coedición: CONACULTA México
2000, México, DF

SALISBURY, Martin

*Ilustración de libros infantiles; Como
crear imágenes para su publicación*
TÍTULO ORIGINAL: Illustrating
Children's Books
Ed. Acanto, Barcelona, 2005

SALISBURY, Martin

*Imágenes que cuentan: Nueva ilustra-
ción de libros infantiles*
Título original : Play pen. New children's
Book Illustration
Ed. Gustavo Gili
España, 2007
1º Edición

SALISBURY, Martin y STYLES, Morag

*El arte de ilustrar libros infantiles:
Concepto y práctica de la narración
visual*
Título original: Children's Picturebooks
Ed. Blume
1ª Edición
Barcelona, 2012

SANTROCK, John W.

Psicología del desarrollo. El ciclo vital
Ed. Mc Graw Hill
Décima Edición
Madrid, 2006

TROCONNI, Giovanni

Diseño Gráfico en México: 100 años
Artes de México
Primera edición
México, D.F. 2010

VILCHIS, Del Carmen Luz

*Metodología del diseño:
Fundamentos Teóricos*
1ª Edición
ENAP, UNAM
México D.F., 1998

ZEEGEN, Lawrence y CRUSH

Principios de Ilustración
Título original: The Fundamentals
of Illustration
Editorial Gustavo Gili
1ª Edición, 3ª tirada, 2009
Barcelona, España

HEMEROGRAFÍA

DEGRADO, Godoy Maria Dolores

Televisión, Publicidad y Comunicación
Comunicar, numero 025
Grupo Comunicar
Huelva, España, 2005

MARTINEZ, Piu

*Fondo y forma, ètapes: diseño y
cultura visual 17*
Álbumes Ilustrados
Editorial Gustavo Gili, libros de archi-
tectura, diseño, moda, arte y fotografía
28 agosto 2012
Pp. 50 - 59

PÁGINAS ELECTRÓNICAS

ARCHER, Robert y MOHAMMAD-MAHMOUD, Ould Mohamedou

*Exclusión Racial y Económica, Conse-
cuencias en materia normativa*
Informe del Seminario Internacional
The Economics of Racism
Consejo Internacional para Estudios de
Derechos Humanos en Colaboración
con la Oficina de la Alta Comisionada
de las Naciones Unidas para los Dere-
chos Humanos
Suiza, 2001
[www.ichrp.org/files/reports/25/113_re-
port_es.pdf](http://www.ichrp.org/files/reports/25/113_report_es.pdf)
Fecha de Consulta: Noviembre 2013

ARRIAGADA Cuadriello, Mario

Quién no es quién
Revista Nexos versión Digital
1 de Agosto 2013
[www.nexos.com.mx/?Article=2204290
&P=leerarticulo](http://www.nexos.com.mx/?Article=2204290&P=leerarticulo)
Fecha de consulta: Noviembre 2013

Asamblea Legislativa del Distrito Federal V Legislatura

Reglamento de la ley general de salud en materia de publicidad
Nuevo Reglamento publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de mayo de 2000

BARRIOS, Nuria

El espejo de los niños
Especial infantil y juvenil
Diario El País, España, 2013
cultura.elpais.com/cultura/2013/12/12/actualidad/1386863255_426515.html
Fecha de consulta: Diciembre 2013

BILLANTE, Jill y HADAD, Chuck

Los niños aprenden y conservan los prejuicios raciales, según estudio
CNN México, Mayo 2010
<http://mexico.cnn.com/salud/2010/05/17/los-ninos-aprenden-y-conservan-los-prejuicios-raciales-segun-estudio>
Fecha de consulta: Enero 2014

CONAPRED

Encuesta Nacional sobre discriminación en México: Resultados Generales, Enadis, 2010
www.conapred.org.mx
Fecha de consulta: Febrero, 2013

Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal

Gaceta Oficial del Distrito Federal, Febrero 2011
www.conapred.org.mx
Fecha de consulta: Febrero, 2013

LOPEZ, Octavio

Noticia: Racismo en México
Gaceta Oficial del Distrito Federal, Febrero 2011
www.conapred.org.mx
Fecha de consulta: Enero, 2014

ESCULIES, Joan

Entrevista con David McKie
Universitat Oberta de Catalunya, Agosto 2011
http://www.uoc.edu/portal/es/sala-de-premsa/actualitat/entrevistes/2011/david_mckie.html
Fecha de consulta: Diciembre 2013

La Caffè, Revista Digital

Entrevista con Isidro Ferrer
<https://www.youtube.com/watch?v=ikm6Nh8ALW8>
Fecha de consulta: Junio 2014

GARONE, Gravier Marina

“Notas para una historia contemporánea del diseño gráfico en México” Revista digital GDM 360ª, Guía de Diseño Mexicano
www.mexicandesign.com/revista/historia_dg_mexico.htm
Fecha de consulta: Septiembre, 2013

HOPENHAYN, Martín y BELLO, Álvaro

Discriminación étnico-racial y xenofobia en América Latina y el Caribe
División de Desarrollo Social
Publicación de las Naciones Unidas
Santiago de Chile, 2001
www.eclac.org/publicaciones/xml/2/7022/lcl1546e.pdf
Fecha de consulta: Noviembre 2013

ISOL

Sitio Web Oficial
www.isol-isol.com.ar/
Fecha de consulta: Junio 2014

JEFFERS, Oliver

Sitio Web Oficial
www.oliverjeffers.com/
Fecha de consulta: 2014

LAMAC (Latin American Multi-channel Advertising Council)

La industria de la publicidad en México merece conocer la verdad
Comunicados de Prensa, México, 2011
www.lamac.org/mexico/comunicados/la-industria-publicitaria-en-mexico-merece-conocer-la-verdad
Fecha de Consulta: Noviembre 2013

OROZCO, López Maria Teresa

Departamento de Literatura de la Universidad de Guadalajara, Sincronía, 2009, Latindex
sincronia.cucsh.udg.mx/orozcofall09.htm
Fecha de consulta: Octubre 2013

PENCIL Ilustradores

Entrevista con Elena Odriozola
www.pencil-ilustradores.com/ilustrador.php?id=000000001y
Fecha de consulta: Junio 2014

SÁNCHEZ, Cinthya

Los pedimos mexicanos, pero no tanto
El Universal, Septiembre 2013
m.eluniversal.com.mx/notas/metropoli/2013/-34los-pedimos-mexicanos-pero-no-tanto-34-954486.html
Fecha de Consulta: Diciembre 2013

SASSOON, ROSEMARY

Why Sassoon?”
Dr. Rosemary Sassoon, Adrian Williams
www.sassoonfont.co.uk/fonts/sas/WhySassoon1.3.pdf
Fecha de consulta: Enero 2014

SHAUN, Tan

Sitio Web Oficial de Shaun Tan
www.shauntan.net
Fecha de consulta: Mayo 2014

SIETE RAYAS

Perfil de Paloma Valdivia
<http://www.sieterayas.cl>
Fecha de consulta: Junio 2014

SUAREZ, Villegas J.Carlos

Estereotipos de la mujer en la comunicación
Nodo50, Mujeres en Red. 2007
<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1211>

THE WORLD FACT BOOK

Agencia Central de Inteligencia (CIA)
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>
Fecha de consulta: Noviembre 2013

URDIALES, Alberto

Intención: Mensajes como tesoros
Ilustración Infantil
Centro Virtual Cervantes
2003
<http://cvc.cervantes.es/actcult/ilustracion/intencion.htm>
Fecha de consulta: Octubre 2013

UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM

<http://www.ushmm.org/wlc/es/article.php?ModuleId=10007439>
Fecha de Consulta: Enero 2014

Unos Tipos Duros, Teoría y práctica de la tipografía

Legibilidad y economía en el diseño de tipos
www.unostiposduros.com/legibilidad-y-economia-en-el-diseno-de-tipos/
Fecha de consulta: Junio 2014

ARCHIVOS

ABRIL, Paco y DECIS, Anne

Colores que se aman

Ed. Everest

España, 2009

**GALLARDO, Miguel y
PONCE, Angels**

*Diferentes: Guía sobre la diversidad y
discapacidad*

Fundación Adecco / OHL

BANG Ediciones

Barcelona, 2011

DICCIONARIOS

PRATT, Fairchild, Henry

Diccionario de Sociología

Fondo de Cultura Económica

3ª Edición

México, 1966



Se terminó de imprimir
en julio de 2014.

Encuadernación: Mestra
Alicia Portillo

Para su composición se utilizó
la tipografía Neutra Text TF, se
tiraron 7 ejemplares.

Seudónimo:
mambrú

Chau y
su primera



muñeca





Desde que nació,
Chau fue una niña de muchas preguntas.
¿CÓMO? ¿PORQUÉ? ¿DÓNDE?
Preguntaba siempre.

Le hacía preguntas
a todos, sobre todo.

Pero Chau jamás había preguntado por el aspecto de las personas.



Para ella eso no era importante,
mucho menos para hacer amigos.
En su escuela jugaba con todos los
niños, y todos los niños
jugaban con ella.





En su cumpleaños numero seis su Tío le regaló su primera muñeca, adentro de una gran caja rosa.

Chau la sacó y
empezó a verla:
tenía dos orejas,
una boquita...



...y dos ojos muy
grandes, aunque
de un color muy
claro.





Sus dos brazos y piernitas también eran iguales, aunque su piel era mucho mas clara.

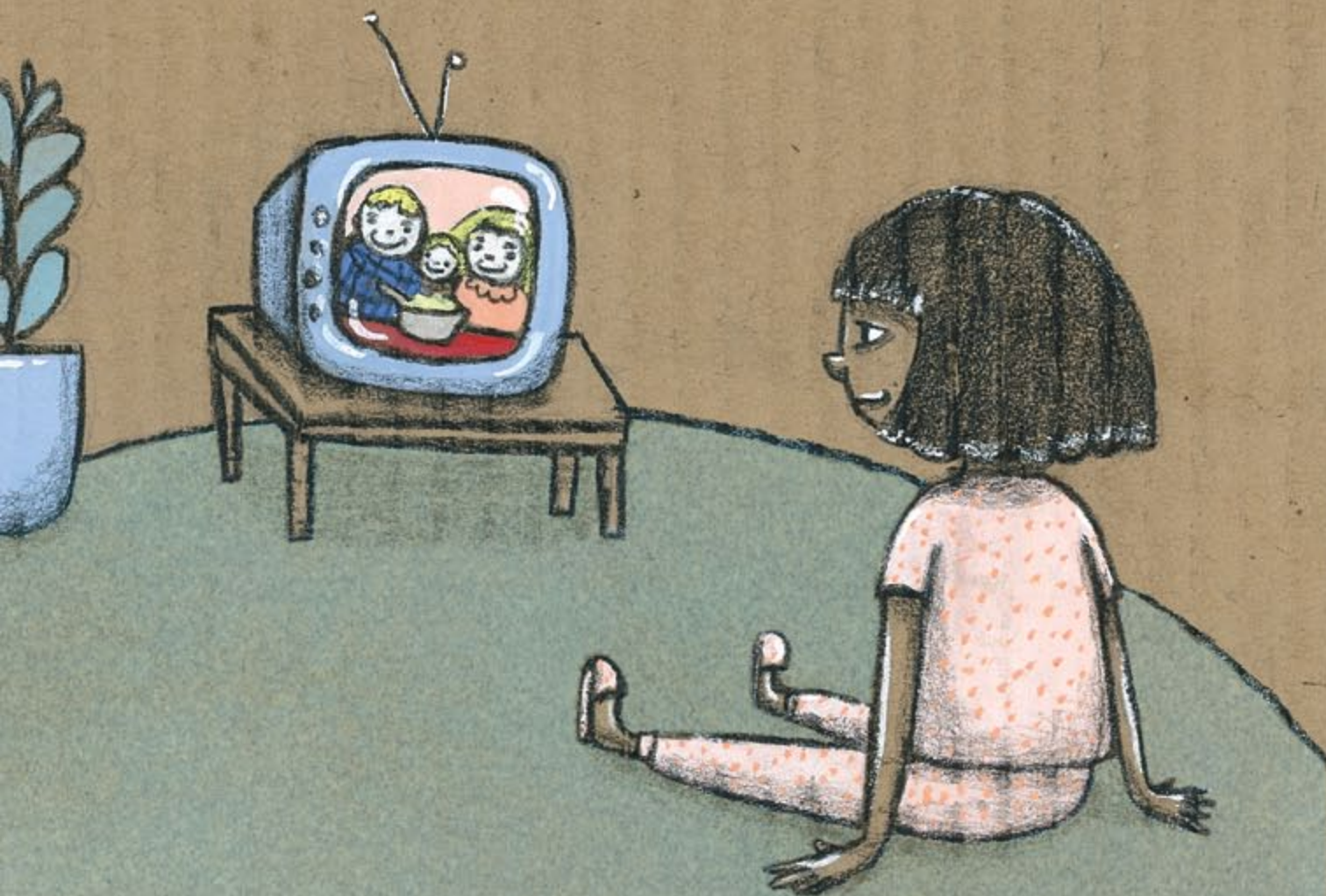


El cabello de la muñeca se parecía al suyo: largo y lacio pero de otro color.

“¡Que bonita es!”
Pensó Chau,
“aunque...
no me parezco a ella”.



Desde ese día Chau empezó a notar cosas en las que nunca se había fijado, como que los niños y los adultos que salían en los comerciales de la televisión...



...y en los anuncios de las revistas se parecían mucho a su muñeca.



Entonces se puso a observar por aquí y por allá; por ejemplo a la señora Magos la dueña de la papelería, que tenía los ojos iguales a los de su muñeca.

Los niños de la cuadra le tenían miedo porque siempre andaba de mal humor.



Al señor Pancho, el de la tiendita,
que no se parecía a los señores de
la televisión, y siempre le gritaba:

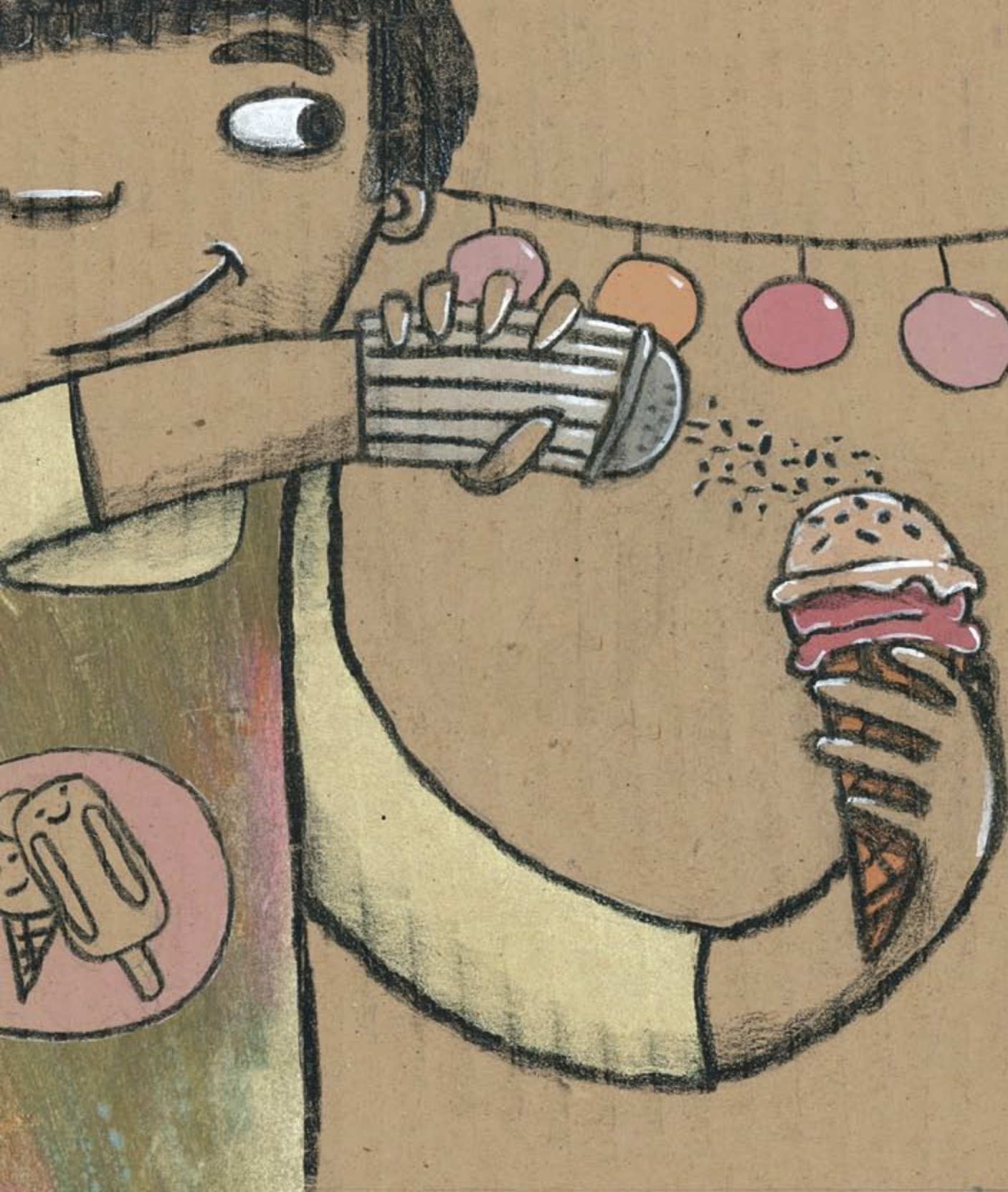
“¡DEJA AHI NIÑA!”

y la espantaba de su aparador.



La señorita Lulú, su maestra, se parecía mucho a su muñeca, la ayudaba con la tarea y les contaba un cuento cada día.





Pepe, el de los helados, no se parecía a la gente de los anuncios, siempre la saludaba y le ponía muchas chispas de chocolate a su helado.



A su vecino, Tulio, que era del sur y tenía la piel más oscura que Chau había visto.

Siempre cantaba cuando lavaba su carro, tenía una enorme sonrisa...

...su cabello parecía un enorme algodón de azúcar negro.





A Meme, la esposa de Tulio que se parecía a una de las señoritas de la televisión.

Siempre andaba con prisa, de aquí para allá...



...a Chau le gustaba saludarla cuando sacaba a pasear a su perro.

Después de haber visto todo esto,
Chau fue con Mamá y Papá, que
no se parecían a la gente de los
anuncios...

...pero eran las personas a las que
Chau más quería y admiraba en
todo el mundo.





Tal vez Chau no se parecía a su muñeca, pero para ella su muñeca era alguien como: Pepe, como su maestra, como sus vecinos, como sus Padres, como ella.



Y eso era lo que importaba.

