



16  
zej

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLÁSTICAS**

**PROPUESTA ILUSTRATIVA Y DE DISEÑO  
DE UNA COLECCIÓN DE TARJETAS EN APOYO  
A LA CONSERVACIÓN DE ESPECIES ANIMALES  
EN PELIGRO DE EXTINCIÓN**

Tesis que para obtener el título de  
Licenciada en Comunicación Gráfica  
presenta:

**Yadhira Corichi Barrón**

Director de tesis:  
Mtro. Guillermo de Gante Hernández

México D.F., noviembre 1997

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN  
PARA LA INNOVACIÓN  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLÁSTICAS  
XOCHIMILCO D.F.



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.

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

**Dedico este trabajo:**

**A mis abuelitos Miguel y Aurelia por su claro ejemplo de amor al trabajo y a la familia.**

**A mi mamá Ana, por tu paciencia y ayuda en todo lo que he querido lograr. Mil Gracias Mamá.**

**A mi papá Rodolfo. No pueden faltar Lili y Gun mis hermanos viejos y locuaces; a Yurghen nuestro nuevo hermanito.**

**A mis tíos y primos especialmente a Martha, Gabi, Naye, Tania y Rémuz porque hemos crecido como hermanos.**

**Doy mi más sincero agradecimiento:**

**Al Maestro Guillermo de Gante Hernández y a la Profesora Ma. Del Carmen Villavicencio por su valioso tiempo y el interés que siempre tuvieron para que este trabajo se realizara.**

**De verdad fue un honor haber sido su alumna.**

**Al Ing. Francisco Teuscher Director de Design Center Asesores por su invaluable apoyo al haberme permitido el uso de las instalaciones de su empresa.**

**A los ilustradores Gerardo y Sofía Suzán Prone.**

**A mis jefes Enrique Martínez, y Kitty.**

**A Inti.**

**Al equipo Tané porque trabajar con ustedes es divertido y motivante.**

**A mi querida amiga Claudia Mendoza y su familia.**

**A todas las personas cuyas sugerencias y valiosa ayuda, tanto material como moral, su presencia e incluso ausencia, apoyaron en la mejora de este trabajo.**

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>LA TARJETA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN Y SOPORTE DEL DISEÑO</b> .....	<b>15</b>
<b>1.1.La tarjeta en el proceso comunicativo</b> .....	<b>16</b>
1.1.1.El inicio de la comunicación.....	17
1.1.2.La respuesta del público al mensaje.....	18
1.1.3.Observación del proceso en general.....	19
1.1.3.1.La fuente de comunicación (emisor).....	19
1.1.3.2.El diseñador.....	20
1.1.3.3.Los códigos.....	20
1.1.3.4.El mensaje.....	20
1.1.3.5.Los medios difusores (canales).....	21
1.1.3.6.Los receptores (decodificadores).....	21
1.1.3.7.El referente.....	23
1.1.3.8.El marco de referencia.....	23
1.1.3.9.La formación social.....	23
<b>1.2.La tarjeta como soporte del diseño</b> .....	<b>24</b>
1.2.1.Los aspectos previamente determinados.....	25
1.2.2.El aspecto formal.....	26
1.2.3.El aspecto psicológico.....	26
<b>1.3.Semblanza histórica de la tarjeta postal</b> .....	<b>27</b>
1.3.1.La tarjeta postal ilustrada.....	28
1.3.2.Las tarjetas postales oficiales.....	29
1.3.3.La tarjeta conmemorativa.....	30
1.3.4.Las tarjetas militares.....	31

## **CAPÍTULO 2**

### **ESPECIES ANIMALES MEXICANAS**

<b>VULNERABLES DE LA EXTINCIÓN</b> .....	<b>33</b>
<b>2.1.Criterios de elección de las especies a representar</b> .....	<b>35</b>
<b>2.2.Especies animales del Semidesierto</b> .....	<b>37</b>
2.2.1.Tortuga del desierto .....	38
2.2.2.Monstruo de gila .....	39
2.2.3.Perrito de las praderas .....	40
<b>2.3.Especies animales del Ambiente marino</b> .....	<b>41</b>
2.3.1.Ballena gris .....	42
2.3.2.Tortuga laúd .....	43
2.3.3.Tortuga blanca .....	44
<b>2.4.Especies animales del Bosque templado</b> .....	<b>45</b>
2.4.1.Lobo mexicano .....	46
2.4.2.Águila real .....	47
2.4.3.Venado cola blanca .....	48
<b>2.5.Especies animales de la Selva</b> .....	<b>49</b>
2.5.1.Jaguar .....	50
2.5.2.Tucán .....	51
2.5.3.Cocodrilo de pantano .....	52

## **CAPÍTULO 3**

### **ELECCIÓN DEL TIPO DE TARJETA Y PLANTEAMIENTO**

<b>GENERAL DEL DISEÑO DE LA COLECCIÓN</b> .....	<b>55</b>
<b>3.1.El diseño y la ilustración de las tarjetas comercializadas</b> <b>en la Ciudad de México y Área Metropolitana</b> .....	<b>57</b>
3.1.1.Objetivo de la investigación de campo .....	57
3.1.2.Justificación de la investigación .....	58
<b>3.2.Planteamiento General del Diseño e Ilustración</b> <b>de la colección de tarjetas</b> .....	<b>60</b>

## CAPÍTULO 4

<b>LA ILUSTRACIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO APLICADOS A LA COLECCIÓN DE TARJETAS</b> .....	<b>63</b>
<b>4.1.El diseño de la tarjeta</b> .....	<b>64</b>
4.1.1.El frente .....	64
4.1.1.1.La tipografía en el anverso .....	65
4.1.2.El reverso .....	66
4.1.2.1.La composición tipográfica en el reverso .....	66
4.1.2.2.El diseño del sello .....	68
4.1.2.3. El diseño del mapa .....	69
<b>4.2.La ilustración aplicada a la tarjeta</b> .....	<b>70</b>
4.2.1.El objeto principal .....	72
4.2.1.1.Los principios de la composición en la ilustración de la tarjeta .....	72
4.2.1.2.La técnica gráfica aplicada al objeto principal .....	77
4.2.2.El fondo .....	80
4.2.2.1.La técnica gráfica aplicada al fondo .....	81
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>85</b>
<b>APÉNDICE</b> .....	<b>95</b>
<b>GLOSARIO</b> .....	<b>123</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>127</b>

# INTRODUCCIÓN

9

El proceso de desarrollo del presente trabajo constituye un resultado de mi formación profesional. Haber decidido iniciar estudios de Comunicación Gráfica en la Escuela Nacional de Artes Plásticas se debió a la influencia que recibí de mis padres; pues ambos han trabajado en áreas de diseño y publicidad.

Desde los cinco años sentí interés por dedicarme al ámbito del arte. Más tarde tuve dudas respecto a mi vocación; hasta que después de tomar un curso de dibujo arquitectónico en la preparatoria, opté por estudiar esta área.

Representa un honor para mí tener a la Universidad Nacional Autónoma de México como aval de mis estudios; pues ella me ha acogido desde el bachillerato, y en sus instalaciones he pasado ya diez años de formación integral (física, profesional y social) debido a las actividades deportivas, idiomas, la carrera que he cursado en ella y la riqueza de relaciones sociales que de ahí han derivado.

Durante el transcurso de la licenciatura tomé dos cursos de empaque y envase; y esta fue una de las materias que tuvo mayor influencia en mi formación respecto al seguimiento de una metodología para el desarrollo de diseños.

No obstante el haber tomado dos semestres de empaque y envase, preferí optar por la materia de ilustración, en la cual aprendí a manejar varias técnicas y materiales.

El presente trabajo responde a una inquietud personal que surgió cuando al terminar el octavo semestre de la carrera de Comunicación Gráfica, viajé con amigos biólogos al sureste de la República Mexicana.

Mientras admiraba la grandeza de las selvas, cenotes, grutas y playas, los comentarios de mis compañeros giraban en torno a su considerable pérdida anual, debida entre otras causas a la extinción de la fauna y la flora de esas áreas.

10 La fauna de México es muy variada y por lo tanto atractiva para quienes habitan y visitan las diversas regiones del Territorio Mexicano. Existen muchas especies que actualmente corren peligro de extinguirse con la amenaza constante de que, al faltar éstas, se genere el desequilibrio de los ecosistemas y éste se contagie a los circunvecinos; hecho que provoca la reducción permanente de áreas ricas en recursos naturales, lo cual afecta directamente a la economía del país.

Con base en lo anterior tuve el deseo de colaborar con la conservación de la fauna; y entonces pensé en proponer un proyecto con el cual parte de la población urbana pudiera participar.

Esta tesis presenta una propuesta de diseño e ilustración para una colección de tarjetas que invitan al público principalmente joven del Distrito Federal y su Área Metropolitana a contribuir en la conservación de especies animales mexicanas en Peligro de Extinción.

La razón de involucrar a un público urbano se debe a que los mercados clandestinos suelen vender en las ciudades especies "raras", que la gente adquiere como mascotas, en detrimento de las poblaciones de esos individuos en sus respectivos hábitats, lo que ocasiona consecuencias irreversibles en los ecosistemas a los que pertenecen.

De entre todos los medios de comunicación impresos existentes, escogí a la tarjeta ilustrada, porque la considero un instrumento de contacto amable e incluso "divertido" entre los jóvenes.

Considero que hacer un breve estudio histórico sobre su utilidad en las relaciones sociales me ayudará a determinar si ésta representa un medio adecuado para la transmisión de mensajes relacionados con la extinción.

La metodología que seguí para realizar esta investigación y el desarrollo gráfico de las tarjetas es la siguiente:

En el primer capítulo hago un análisis de la función de la tarjeta en el proceso comunicativo y menciono los elementos básicos a considerar en el proceso de diseño de este medio.

El objeto de desglosar el proceso de comunicación se debe a que en nuestra profesión requerimos entenderlo para saber qué elementos lo integran, la función que desempeñan y su relación entre los mismos para obtener un criterio claro acerca de las posibilidades ilustrativas y de diseño más adecuadas en la solución gráfica buscada.

11

Otros elementos necesarios a considerar en la concepción del diseño son los aspectos previamente determinados, referentes a los formatos de las tarjetas existentes en el mercado, así como los requeridos por la legislación postal (pues no se debe descartar la posibilidad de que la tarjeta sea enviada por correo), así como los materiales a utilizar; pues éstos son necesarios para la decisión de la técnica de impresión.

El Diseñador Gráfico cuenta también con los elementos formales, o sea, la gran cantidad de posibilidades de diseño de las que puede disponer para conceptualizar su trabajo, con la ayuda de los dos aspectos arriba mencionados (el psicológico y lo que ya está previamente definido).

El hecho de que la tarjeta también tiene importancia histórica se explica en este capítulo, al dar una breve semblanza de su origen y los fines para los que se le ha utilizado.

En el segundo capítulo explico los criterios en los cuales basé la elección de los animales, y a manera de tablas menciono las características que como ilustradora es recomendable que conozca sobre las especies a representar.

El tomar algunos de estos datos, así como documentación visual sobre cada organismo es útil para lograr que la representación gráfica del animal informe, explique, instruya y también agrade al receptor y lo motive a adquirir la tarjeta.

El capítulo tercero corresponde al planteamiento de un estudio de campo y las conclusiones obtenidas del mismo cuyo objetivo se fijó en la adecuada elección del formato y diseño para la colección de tarjetas.

Dicho estudio consistió en una investigación en puntos de venta frecuentados por los perceptores y relacionados con su nivel socio-económico. Toma en cuenta algunas características de las tarjetas y está enfocado principalmente a las postales por ser éstas el medio que en un principio elegí; sin embargo consideré la posibilidad de cambiar el formato al de tarjetas de felicitación y por ello también incluí a estas últimas.

Conocer en los puntos de venta al producto es enriquecedor para la decisión del tipo de tarjeta a utilizar, su tamaño, formato, diseño, tipo de papel, presentación y costo, así como la propuesta respecto a la conservación de especies que cada una tiene.

El cuarto capítulo lo dedico al planteamiento de las técnicas visuales y elementos de diseño a aplicar en las tarjetas.

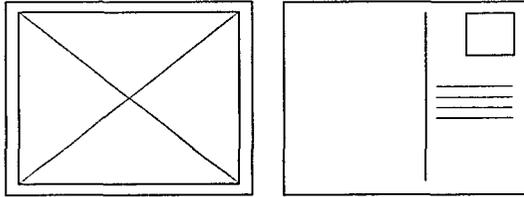
Específico cómo llevé a cabo el desarrollo del diseño del reverso de las tarjetas, la composición del anverso de las imágenes y de las técnicas ilustrativas con que resolví el proyecto. Por último presento la propuesta final del trabajo.

Ofrezco a ustedes las conclusiones que obtuve al finalizar el proyecto e incluyo un glosario de términos para aclarar dudas acerca del vocabulario empleado, sobre todo en el segundo capítulo. En la bibliografía separé los libros relacionados con el diseño, comunicación e ilustración de aquéllos en los que me apoyé para la investigación de la fauna; es así como los primeros integran la sección que titulé capítulos 1, 3 y 4, y los segundos la referente al capítulo 2.

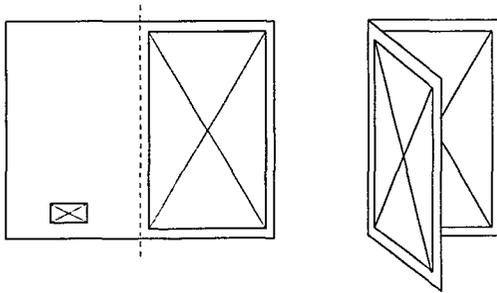
Confío en que esta tesis pueda servir como documento de consulta para los estudiantes de esta carrera, pues considero que contiene el punto de vista global del comunicador gráfico; quien basa su trabajo en el cuidado de tres aspectos (los previamente determinados, el aspecto psicológico y el formal) para la creación de su diseño e ilustraciones.

Además el capítulo tercero constituye el desarrollo de una investigación de campo, que puede servir como modelo para realizar ciertas observaciones que esta profesión requiere cuando se carece de estudios más detallados que apoyen en la solución de problemas gráficos.

# CAPÍTULO 1



1. Reverso y anverso de tarjeta postal.



2. La tarjeta común generalmente se dobla por la mitad y se introduce en un sobre.

## LA TARJETA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN Y SOPORTE DEL DISEÑO

15

La Comunicación Gráfica, a través de sus medios es capaz de sensibilizar al receptor a quien se dirige cuando la información visual bien organizada, mediante el diseño, cumple con su propósito previamente establecido.<sup>1</sup>

El medio de comunicación que elegí es la tarjeta postal cuya definición en términos generales es la siguiente:

Fragmento rectangular de papel usualmente grueso y pequeño que se envía por correo y está ilustrado por un lado, comúnmente con la fotografía de algún lugar turístico, y en el otro tiene espacio para escribir y poner los timbres postales.<sup>2</sup> *Figura 1*

La tarjeta común está hecha de papel grueso también y dividida generalmente por la mitad con un doblez, por lo que se puede imprimir una imagen en un lado y al hacer que la tarjeta se abra, en la parte de adentro aparezca otra imagen. Este tipo de tarjeta se introduce en un sobre y se le conoce como "de felicitación". *Figura 2*

Ambos canales de comunicación contribuyen a difundir una imagen del país emisor dentro y fuera del mismo. Antonio Bandini afirma que la vida de un país se refleja de algún modo mediante la tarjeta postal<sup>3</sup>, y que su importancia histórica es comparable con la del timbre postal.<sup>4</sup>

Manuel Carrera Stampa menciona el carácter publicitario que pueden tener los sellos postales; su índole propagandística motiva a los gobiernos de los países a imprimir en ellos los logros alcanzados en muchos aspectos de la vida nacional (agrario, salubridad, transporte, artístico, cultural etc.), y México, a partir de la Revolución Mexicana comenzó a emitir timbres postales con tales temas.<sup>5</sup>

<sup>1</sup>DONDIS DONIS A., *La sintaxis de la imagen*, pág. 122

<sup>2</sup>LARA LIJES FERNANDO, *Diccionario Básico del español de México*

<sup>3</sup>BANDINI BUTI ANTONIO, *Storia della posta e del francobollo*, pág. 605

<sup>4</sup>*Idem. op. cit.*, pág. 603

<sup>5</sup>CARRERA STAMPA MANUEL, *Historia del Correo en México*, pág. 302

Al considerar la opinión de Manuel Carrera Stampa sobre el carácter publicitario de las estampillas, y conjuntarla con la de Antonio Bandini en la cual compara el uso de la estampilla con el de la tarjeta postal, puedo afirmar que ésta sirve como medio informativo al dar a conocer el gusto y parte de la vida e historia de los países de los cuales provienen.

Las especies animales en peligro de extinción son un problema mundial y en nuestro país no son un logro gubernamental positivo; sin embargo, por ser un tema actual, reforzado a diario con otros medios de comunicación cuyo mensaje principal es promover la conservación de especies, proporciona a las tarjetas cierto valor histórico.

Dicho valor de las tarjetas destaca cuando éstas cumplen con sus funciones tanto de diseño como comunicativas. Al tratarse de un impreso, éste casi siempre lleva implícito al diseño gráfico; el cual dentro del proceso de comunicación cumple su cometido de atraer la atención del público, e informarlo acerca del animal representado en la imagen.

Cuando el hombre entiende la comunicación como un proceso, conoce sus determinantes y efectos lo que aumenta su capacidad natural para enfrentarse a los problemas de intercambio de informaciones en su trabajo<sup>6</sup> así como en su entorno social, político e ideológico.<sup>7</sup>

En base a esta afirmación considero ahora conveniente desglosar la función que desempeña la tarjeta dentro del proceso de comunicación para identificar sus elementos, la función que éstos realizan, con el fin de visualizar las posibilidades de comunicación y diseño óptimas a ser utilizadas.

## 1.1. La tarjeta en el proceso comunicativo

En primer lugar debemos conocer el significado de la palabra proceso: Es un progreso o "cualquier fenómeno que representa una continua modificación a través del tiempo".<sup>8</sup>

Esta palabra se asocia a la idea de cambio continuo; es decir, una actividad en la cual actúan varios elementos interdependientes, cuyo orden no necesariamente le da la rigidez de una cadena, pues ninguna de sus partes puede poseer una importancia mayor que las otras dada su función retroalimentativa.<sup>9</sup>

Los elementos de un proceso de comunicación:

- a) Tienen una posición determinada en relación con los demás componentes.
- b) Desarrollan un rol preciso.
- c) Ejercen una función interactiva.

<sup>6</sup>PRIETO CASTILLO DANIEL, *Diseño y Comunicación*, pág. 17

<sup>7</sup>BERLO DAVID K., *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*, pág. 5

<sup>8</sup>COSTA JOAN, *Imagen Global*, pág.19

<sup>9</sup>*Idem. op. cit.*, pág. 10

EL INICIO DE LA COMUNICACIÓN			
Cuál es el propósito al comunicar?			
afectar e influir al público			
Características del mensaje			
1. Mensaje no contradictorio.	2. Mensaje que respeta la conducta humana.	3. Mensaje específico.	4. Mensaje compatible con las formas de comunicación.
Sensibilizar a un público específico sobre la necesidad de proteger a las especies animales en peligro de extinción.	Comunicación por medio del correo.	Imagen representa al animal Escritura describe a la especie y sugiere cómo conservarla.	Escritura e imagen se complementan.

3.

<sup>9</sup>Ibidem

<sup>10</sup>BERLO, *op. cit.*, pág. 22

<sup>11</sup>Ibidem, *op. cit.*, pág. 23

<sup>12</sup>Ibidem, *op. cit.*, pág. 9

Existe entonces un sistema de retroalimentación (feedback), entre los elementos de la cadena, lo cual sostiene la integridad de la misma.<sup>10</sup>

Berlo recalca el no olvidar que discutir sobre un proceso comunicativo es complejo y por lo tanto la explicación del mismo puede resultar incompleta, incluso, que el orden utilizado en los componentes no es necesariamente el ideal, pero resulta útil hacer un esquema para poder analizarlo.<sup>11</sup>

Para simplificar el análisis del proceso comunicativo me concentro en tres aspectos:

- El inicio de la comunicación.
- La respuesta del público a ésta.
- La observación del proceso en general.<sup>12</sup>

17

### 1.1.1. El inicio de la comunicación

Surge a partir de la respuesta a la siguiente pregunta ¿Cuál es nuestro propósito al comunicar? Dado que la meta final es afectar e influir en un público y producir la respuesta deseada, el definir el propósito de la comunicación debe seguir cuatro criterios básicos: *Figura 3*

- Que no sea contradictorio ni lógicamente inconsistente consigo mismo
- Que esté expresado en términos de la conducta humana
- Que sea lo suficientemente específico para permitirnos relacionarlo con el comportamiento comunicativo real
- Que sea compatible con las formas en que se comunica la gente<sup>13</sup>

El propósito del emisor es el siguiente: Sensibilizar a un público específico sobre la necesidad de proteger a las especies animales en peligro de extinción que se encuentran dentro del territorio mexicano.

El tema está expresado en términos de la conducta humana porque comunicarse por medio del correo es un acto que desde hace siglos los seres humanos han realizado. Y no solamente se reduce su uso al correo; pues estas tarjetas pueden emplearse como obsequio entre amigos o incluso como artículos de colección.

El mensaje es específico porque la tarjeta postal incluye además de la imagen del animal, unas líneas que hablan sobre él (para que la gente lo conozca). Y otras más que indican el peligro en que se encuentra y la forma en que se puede ayudar a su conservación.

También es compatible con el comportamiento comunicativo humano pues éste se da por medio de la voz, la escritura, y las imágenes principalmente. La tarjeta contiene a los dos últimos los cuales se complementan para manifestar el mensaje.

### 1.1.2. La respuesta del público al mensaje

A pesar de que el público de las tarjetas es amplio, el mensaje que éstas llevan puede ser recibido tanto por aquél a quien estaba destinado como por otras personas a quienes no lo estaba, o uno de ambos casos.

Para Berlo, esta distinción entre receptores "intencionales" y "no intencionales" en la comunicación es importante de dos formas:

1. El emisor puede afectar a la gente en forma distinta de lo que pretendía, si olvida que su mensaje puede ser recibido por quienes no iba dirigido.
2. Sirve como parámetro para criticar si la comunicación enviada a los "receptores intencionales" realmente cumplió su cometido o fracasó.<sup>14</sup>

Cuando la persona se acerca a revisar la tarjeta postal, comienza a comprometerse con el proceso comunicativo. Si lee la tarjeta, pero no le interesa el mensaje y mucho menos adquirirla, termina la comunicación; dice Berlo que "Cuando existe incompatibilidad entre los propósitos de la fuente y los del receptor, se interrumpe la comunicación".<sup>15</sup>

Por el contrario, si el receptor además de revisar la tarjeta la compra, comienza a involucrarse más con el proceso comunicativo. Tendrá sus razones (propósitos) por las cuales se comprometa en dicho proceso, y esto es un asunto que como emisora del mensaje me interesa.

Considero dos motivos por los cuales el "receptor" adquirirá la tarjeta:

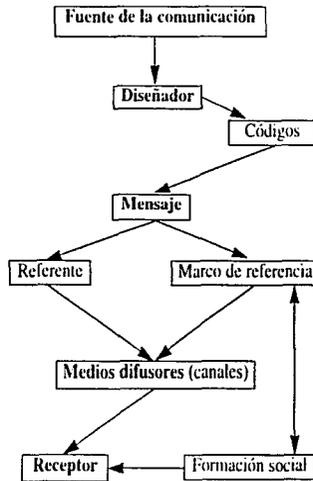
1. Porque la imagen le atrajo
2. Porque el mensaje escrito va de acuerdo con su forma de pensar, o simplemente le interesa.

Cuando esta persona envía su tarjeta (por el motivo que sea), el mensaje llegará también a los receptores "no intencionales".

Es decir, el que adquirió la tarjeta viene a ser mi "receptor intencional"; él escribe un mensaje en ella y la envía a su "receptor intencional", quien para mí pasa a ser un "receptor no intencional", éste a su vez, al recibir la tarjeta, puede mostrarla a su familia o amigos quienes para mí y mi "receptor intencional" pasarán a ser "receptores no intencionales".

<sup>14</sup>*Idem, op. cit. . pág. 14*  
<sup>15</sup>*Idem*

## PROCESO DE COMUNICACIÓN



<sup>17</sup>COSTA, *op. cit.*, pág. 17

<sup>18</sup>BERLO, *op. cit.*, pág. 23, 24

<sup>19</sup>PRIETO, *op. cit.*, pág. 16

<sup>20</sup>BERLO, *op. cit.*, pág. 25

<sup>21</sup>COSTA, *op. cit.*, pág. 11-14

<sup>22</sup>RIES AL, TROUT JACK, *Posicionamiento*, pág. 7

<sup>23</sup>BERLO, *op. cit.*, pág. 26, 27, 28

<sup>24</sup>COSTA, *op. cit.*, pág. 11, 12

Dudo que exista un efecto contraproducente en el mensaje visual y escrito que tiene mi diseño en los "receptores no intencionales". Es decir que no considero a las tarjetas un riesgo para las especies que en ellas se representan, pues aquéllas advierten a quien las lee, que los animales ilustrados están en peligro, mas no invitan a contribuir con su extinción.

### 1.1.3. Observación del proceso en general

Cuando la fuente conoce en mayor grado las posibilidades con que cuenta para transmitir o tratar sus mensajes, las características de sus receptores y sus actitudes, sabe cuál es la mejor forma en que puede transmitir su mensaje al público para finalmente lograr su propósito.<sup>16</sup>

La afirmación anterior denota la importancia del conocimiento sobre la comunicación y del proceso que la caracteriza.

No obstante la dificultad que representa hablar de un proceso, varios estudiosos han elaborado esquemas para ejemplificar el proceso comunicativo.

Al comparar los esquemas de Aristóteles, Shannon-Weaver<sup>17</sup>, Prieto<sup>18</sup>, Berlo<sup>19</sup> y Costa<sup>20</sup> noté algunas coincidencias en las cuales me baso para presentar el modelo de comunicación de la *figura 4*.

A continuación lo explico para tener una visión general de dicho proceso y de las posibilidades comunicativas y de diseño a emplear en el "posicionamiento"<sup>21</sup> de la colección de tarjetas.

#### 1.1.3.1. La fuente de comunicación (emisor)

A nivel individual la emisión del mensaje se verá influenciada por las percepciones, emociones y cultura de quien pretende enviar la idea, así como el ambiente en el cual se encuentre.<sup>22</sup>

A nivel institucional, la fuente puede considerarse como "usuario del diseño", independientemente de su índole económica, política o ideológica, emprende la acción de "insertar en el campo social, productos, objetos, mensajes e informaciones..."<sup>23</sup>

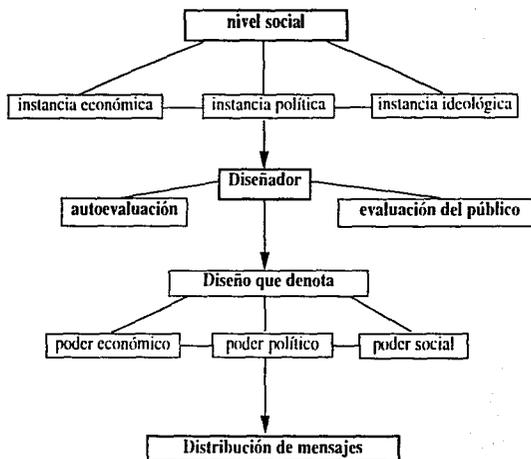
La fuente o emisor se constituye desde un individuo hasta una organización que, al tener un propósito fijo (o varios), se enfrentará a la necesidad de comunicar un mensaje que debe ser codificado.

### 1.1.3.2. El diseñador

Es el "codificador" de los productos y de los mensajes. Es decir que es un intermediario entre la empresa y el mercado.

El diseñador al formar parte de un grupo social determinado, con cierto poder político, económico e ideológico ante la sociedad, "codificará" los datos que cierta empresa le confie (en base a un propósito definido); y los traducirá a productos o mensajes que reflejarán ese poder político, económico e ideológico del grupo al que pertenecen él y la empresa.<sup>24</sup>

Figura 5



5. El diseñador codifica el mensaje de acuerdo a su contexto y éste se refleja en el producto.

20

### 1.1.3.3. Los códigos

Son cualquier símbolo o combinación de símbolos capaces de expresar un mensaje para que éste sea transmitido, recibido y por último traducido por el receptor.<sup>25</sup>

Los códigos pueden dividirse en dos tipos<sup>26</sup>:

-Verbales: escritura, lenguaje oral, que al ser ordenados sintácticamente podrán expresar un mensaje.

-No verbales: lenguaje corporal, moda, y las artes en general; en las que se incluyen las imágenes, es decir, "el modo visual"<sup>27</sup> que puede utilizarse como el modo verbal, mediante la alfabetidad, la cual "significa que todos los miembros de un grupo comparten el significado asignado a un cuerpo común de información"<sup>28</sup> o sea, comparten el mismo lenguaje que consiste en un código y en las variaciones que el propio uso le va proporcionando.<sup>29</sup>

En este trabajo empleo códigos:

-Verbales: Mediante la escritura, en el mensaje del anverso de la tarjeta.

-Visuales: Mediante imágenes colocadas en los mensajes del anverso y reverso de la tarjeta cuyo desarrollo describiré en los capítulos siguientes.

### 1.1.3.4. El mensaje

Es el resultado material del trabajo del diseñador o de la fuente, que al responder a un determinado código puede ser comprendido por el receptor.<sup>30</sup> El mensaje diseñado en las tarjetas postales es de dos tipos: individual porque generalmente se envía a una persona o un pequeño grupo, y se conserva en su memoria. Y social porque es seriado y por lo tanto compartido entre muchos individuos, aunque no de forma agresiva, pues debo aceptar

<sup>24</sup>PRIETO, *op. cit.*, pág. 17, 18

<sup>25</sup>READ HADLEY, *Communication: Methods for all media*, pág. 19

<sup>26</sup>*Idem, op. cit.*, pág. 18

<sup>27</sup>DONIS DONDIS, A., *La sintaxis de la imagen*, pág. 11

<sup>28</sup>*Ibidem*

<sup>29</sup>PRIETO, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, pág. 20

<sup>30</sup>READ, *op. cit.*, pág. 20

## ELEMENTOS A CONSIDERAR EN EL PÚBLICO META

Sexo-edad

Perfil socioeconómico

Perfil cultural

Sus actitudes

Su comportamiento comunicativo

Los valores que lo motivan

6.

que la tarjeta no es un medio incisivo como lo es la televisión pero tiene la cualidad de permanecer un tiempo prolongado en el mercado.<sup>11</sup>

### 1.1.3.5. Los medios difusores (canales)

Son los canales por los que viajan los mensajes visuales y verbales y unen a la fuente con el receptor.<sup>12</sup>

A través de ellos, las empresas que fabrican productos o prestan servicios, se integran indirectamente a la sociedad.<sup>13</sup>

En este tema el medio difusor es la tarjeta y al seguir el planteamiento general de Read<sup>14</sup>, llevo a lo siguiente:

La audiencia, pertenece a un amplio rango de niveles sociales que abarca a ambos sexos y edades límite con ciertas preferencias. De ella hablaré en el punto siguiente.

El mensaje no es complejo.

-Da a conocer a algunas especies animales en extinción de nuestro país.

-Su objetivo es sensibilizar al público meta respecto a la conservación de la fauna mexicana.

Ahora bien, no existe un tiempo límite para difundir este mensaje, pues considero que al permanecer de manera constante en el mercado, servirá de apoyo a cualquier otro tipo de propaganda relacionada con la conservación de la naturaleza.

La tarjeta, es entonces un medio o canal que resulta versátil por su capacidad de movimiento; es decir que tanto puede permanecer en la ciudad donde se adquirió o llegar a cualquier otra parte del mundo y por su duración en exhibidor puede servir como apoyo a algún otro tipo de medio que transmita un mensaje con el mismo fin.

### 1.1.3.6. Los receptores (decodificadores)

Pueden ser uno o varios receptores del mensaje. Es recomendable no tomarlos como una masa homogénea,<sup>15</sup> pues cada uno pertenece a un nivel social con ciertas características económicas y culturales;<sup>16</sup> cuya educación les permitirá evaluar los mensajes, para terminar aceptando algunos y rechazando otros. También se le conoce como público meta, y es necesario conocer de él<sup>17</sup> lo que marca la *figura 6*.

<sup>11</sup>PRIETO, *Diseño y comunicación*, pág. 20

<sup>12</sup>COSTA, *op. cit.*, pág. 37

<sup>13</sup>*Ibidem*

<sup>14</sup>READ, *op. cit.*, pág. 32, 33

<sup>15</sup>PRIETO, *Diseño y comunicación*, pág. 24

<sup>16</sup>COSTA, *op. cit.*, pág. 13

<sup>17</sup>READ, *op. cit.*, pág. 11-15

El público meta que consideré posee el siguiente perfil socioeconómico-cultural:<sup>18</sup>

**Sexo:** Femenino en mayor proporción que el masculino.

**Edad:** Mayores de 14 años y menores de 23 años.

**Nivel socioeconómico:** Abarca un rango de B, que pasa por C y llega al nivel clasificado como D.<sup>19</sup>

-Conocer lo que saben los perceptores (perfil cultural)

Los perceptores meta poseen un nivel escolar entre secundaria y universidad. Es decir que su educación les permite comunicarse correctamente por escrito.

Dada su escolaridad, están enterados de que en México existe fauna en peligro de extinción; una parte de ellos conoce algunas de esas especies por lo tanto es necesario ubicar a los animales que el público reconoce para incluirlos en la colección, de manera que las especies representadas le sean familiares y llamen su atención.

-Conocer las actitudes del público

Debido a que entre los 14 y 20 años aproximadamente se presenta en el individuo la necesidad de reafirmar valores, así como de distinguirse de los demás, es seguro que ellos quieran hacerse reconocer por la originalidad de los objetos que usan y por lo tanto existe la posibilidad que adquieran una colección de tarjetas postales, ya sea para obsequiarla, o enviar mensajes por correo a sus amigos de dentro o fuera de la ciudad.

-Conocer el comportamiento comunicativo del público

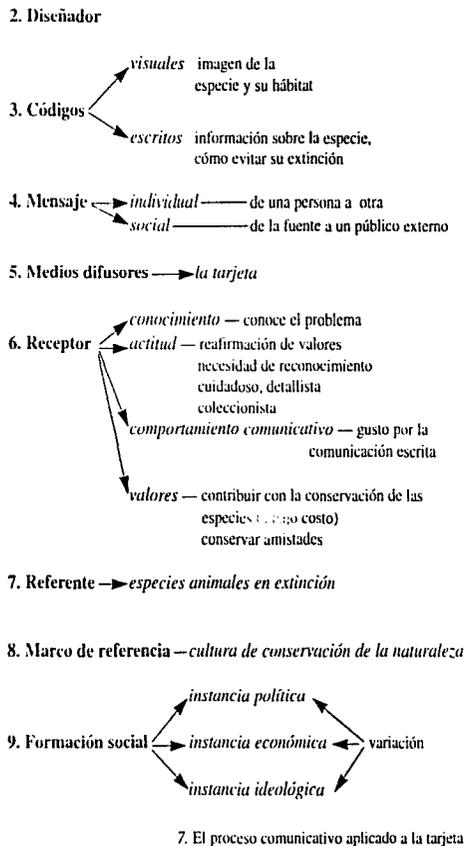
Al público meta le gusta comunicarse por escrito, además le agrada agasajar a los demás y reafirmar su amistad con obsequios que suelen ser "originales", lo cual da a quien lo regala un sello que lo distingue de los demás miembros del grupo al cual pertenece.

-Conocer los valores que motivan al público

Como lo mencioné antes, le gusta conservar amistades. También tiene el deseo de contribuir a la conservación de las especies.

<sup>18</sup>Entrevista al Lic. Francisco Javier García Chávez, Director Creativo de la agencia de publicidad A.R. Weitzner y Asociados.

<sup>19</sup>RUVALCABA LAURA, *Avances en la investigación de Niveles Socioeconómicos: Segundo Seminario de Actualización Profesional AMAI*, pág. 2-12



\* PRIETO, *Diseño y comunicación*, pág. 21

\* *Idem*, op. cit., pág. 23

\* Las estampillas son las que emitió el Servicio Postal Mexicano en 1994 cuyo nombre fue *Conservemos la especie*.

\* *Idem*, *Diseño y comunicación*, pág. 23

\* *Idem*, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, pág. 26, 27

### 1.1.3.7. El referente

Es el tema del mensaje, de lo diseñado; éste a su vez es una interpretación del tema que puede ser buena o mala, pobre o rica en detalles, etc.<sup>40</sup>

El referente es entonces la especie representada en cada tarjeta.

### 1.1.3.8. El marco de referencia

Es la comprensión general e inmediata que el "receptor" tiene de la realidad social<sup>41</sup> y que por lo tanto, le sirve para entender al referente del mensaje.

El marco de referencia de los perceptores se ha formado desde hace varios años en los que la sociedad mexicana, sobre todo la de las ciudades se ha visto envuelta en mensajes relacionados con el cuidado del ambiente; los mensajes se han transmitido tanto en radio, televisión, carteles, estampillas postales e incluso tarjetas telefónicas.<sup>42</sup> Es así como las tarjetas no entrarán en un terreno estéril: pues los perceptores se encuentran dentro de un marco de referencia impregnado con este tipo de mensajes.

### 1.1.3.9. La formación social

Nunca un proceso de comunicación será idéntico a otro pues cada sociedad tiene sus propias instancias políticas, económicas e ideológicas, y ellas influirán en los mensajes o en los diseños lo cual crea diferentes alternativas de realización, distribución y empleo de los mismos.<sup>43</sup>

En una abstracción como ésta del proceso de comunicación, no es posible explicar la formación social, pues estamos fuera de un contexto real para hacerlo.<sup>44</sup> Pero algo que resulta necesario reiterar es que esta formación social no es un bloque homogéneo en el cual la manera de informar es siempre idéntica; una sociedad por su heterogeneidad y por lo tanto por sus contradicciones internas, suele tener diferentes formas de hacer circular sus mensajes internos. Los puntos anteriores se resumen en la *figura 7*.

En este caso la fuente de comunicación y el diseñador son el mismo (yo los represento). Los códigos que utilizo en este canal para denotar al referente, son visuales y contienen principalmente la imagen de la especie y su hábitat, así como códigos verbales que mediante la escritura informan sobre la especie y cómo contribuir a su preservación.

El mensaje que contiene la tarjeta al ser enviada es de dos tipos:

1. Individual: Al dirigirse a una persona o un pequeño grupo (destinatario)
2. Social: Es compartido por otras muchas personas aunque no lo sepan ni se conozcan entre ellas.

El perfil del perceptor se define como sigue:

Jóvenes, en su mayoría mujeres detallistas, de un nivel socioeconómico que les permite adquirir productos no costosos para uso personal o para obsequiar. Son personas cuyo nivel cultural los tiene enterados de un problema del país y con el cual se identifican, de tal manera que al encontrar productos con este tema "ecológico", pueden aprovecharlos como signo distintivo de los demás miembros de su grupo.

El perceptor se encuentra envuelto en un marco de referencia familiarizado con mensajes que invitan a conservar el ambiente.

Ahora bien, la formación social en que se encuentra el perceptor es difícil de definir, y merecería un estudio aparte; ya que al estar determinada por instancias políticas, económicas e ideológicas, presenta enormes variaciones incluso en las mismas ciudades y este no es asunto que ocupe este trabajo.

## 1.2. La tarjeta como soporte del diseño

Después de entender a los elementos que conforman al proceso de comunicación, es necesario identificar el proceso que el diseñador gráfico debe seguir para lograr la codificación correcta del mensaje mediante el Diseño Gráfico, para así cumplir con eficacia el objetivo principal.

El diseñador que conoce los adelantos tecnológicos de su área inventa técnicas nuevas mediante combinaciones de otras. Utiliza los elementos del diseño para crear símbolos e imágenes procurando que éstos sean claros al público meta, considerando de éste, sus sentimientos y preferencias.<sup>45</sup> Parte de bocetos de prueba, pasa por soluciones intermedias que van mejorando el mensaje hasta llegar a lo que se llama la "decisión final";<sup>46</sup> la cual es relativa porque el diseño puede continuar mejorando, al tratar siempre de que cumpla con las expectativas planteadas desde un principio y al considerar cómo, por qué, cuándo y dónde se aplicará.

El diseñador se enfrenta generalmente a tres aspectos:<sup>47</sup>

- a) Lo previamente determinado: que se refiere al eslogan, logotipo o texto que la empresa indica así como el formato y el medio de producción que debe seguir.
- b) Lo formal: son los elementos visuales y técnicas que se pueden aprovechar en la realización del diseño.
- c) Lo psicológico: se refiere a la percepción visual, las intuiciones y emociones del público, así como las necesidades del mismo diseñador.

<sup>45</sup>RAND PAUL, *A Designer's Art*, pág. 4

<sup>46</sup>DONDIS, *op. cit.*, pág. 100

<sup>47</sup>RAND, *ibidem*

Además de esos aspectos, debe saber que la percepción del proceso creativo se invierte al llegar al receptor; es decir, si al crear las imágenes el diseñador debió primero hacer una composición de elementos, determinar la técnica adecuada etc., y después plasmar las imágenes ya sea simbólicas o figurativas, cuando el receptor recibe el mensaje, siempre identificará en primer lugar las imágenes y después la composición y técnica del diseño. Entonces si la composición de las imágenes es adecuada al propósito del mensaje será coherente y sobre todo comprensible, es decir que la conjunción del propósito y la composición fortalecerán sobremanera al resultado visual final. Esto implica además simplificar el mensaje para que sea fácilmente digerido por el receptor. La mejor forma de hacer esa simplificación es ponerse en el punto de vista del cliente, o sea "ver las cosas al revés",<sup>44</sup> y encontrar la manera adecuada de abordar visualmente el problema.

Al tomar en cuenta lo antes mencionado, el diseño que persigo debe cumplir con lo siguiente:

25

### 1.2.1. Los aspectos previamente determinados

El mercado de tarjetas ofrece muchas opciones en tamaños formas y materiales en que están impresas;<sup>45</sup> éstos son los aspectos previamente determinados, y al existir varias alternativas, el diseñador puede elegir la más conveniente a lo que desea proyectar en su diseño.

El tamaño puede ayudar al mensaje creado, ya sea para darle fuerza o hacerlo sutil,<sup>46</sup> sin embargo, la elección del tamaño y la forma de la tarjeta deben cuidarse respecto a su función, pues al tomar en cuenta la posibilidad de enviarla por correo, se corre el riesgo de que una tarjeta de gran tamaño se maltrate, y que otra, demasiado pequeña, no sea aceptada por la oficina de correos; además de que aquellas muy grandes o demasiado pequeñas necesitan exhibidores especiales que no cualquier tienda posee.

Pero, además de investigar los tamaños de tarjeta postal manejados en el mercado, es importante estar enterados de las normas postales que regulan tanto formatos como diseños de las tarjetas ; porque podría caerse en el error de crear un diseño poco funcional respecto a su manejo en el correo.

En *Tratado de Publicidad Directa*, Fernand Hourez señala la importancia de conocer el reglamento postal del país en que se trabaja, cuando dice que " la reglamentación de los impresos varía según los países, sobre todo cuando se trata de tarifa internacional",<sup>47</sup> y además es recomendable informar a las autoridades sobre el proyecto que se está llevando a cabo o

<sup>44</sup>RIES, *op. cit.*, pág. 11

<sup>45</sup>Este tema se trata en el capítulo 3 en el punto 3.1. El diseño y la ilustración en las tarjetas comercializadas en la Ciudad de México y Área Metropolitana.

<sup>46</sup>SWANN, *Diseño y Marketing*, pág. 20

<sup>47</sup>HOUREZ, FERNAND, *Tratado de Publicidad Directa*, pág.95

consultar a una agencia de publicidad directa, todo ello para evitar contratiempos en la mayor medida posible.<sup>52</sup>

Es por lo tanto necesario conocer la legislación que sobre la tarjeta se aplica en nuestro país para contribuir al diseño de la misma, tanto respecto al formato, al material, a la distribución de los datos en ella, así como la imagen y la forma de envío.

El capítulo segundo del Convenio Postal Universal trata de las Disposiciones especiales aplicables a cada categoría de envíos en cuyo artículo 131 se habla específicamente de las tarjetas postales sencillas, y en el 37 sobre el acondicionamiento de los envíos de los impresos.<sup>53</sup>

Los requerimientos de las tarjetas (abiertas) son muy sencillos por parecerse al de las cartas:

1. Que estén hechas de un material resistente y manejable.
2. Pueden llevar sobre o no, siempre y cuando no se puedan introducir objetos en ellas.
3. El franqueo deberá hacerse en la parte derecha del anverso del sobre o de la tarjeta.

### 1.2.2. El aspecto formal

Consiste en las técnicas visuales de las que se puede echar mano para realizar el diseño. Estas son muchas y sus combinaciones realmente vastas.

De entre las técnicas visuales que emplearé en el diseño considero tres dipolos.<sup>54</sup>

actividad-pasividad

profusión-economía

complejidad-simplicidad

Este aspecto influye también en la composición de la imagen y todo ello lo desarrollo en el cuarto capítulo.

### 1.2.3. El aspecto psicológico

Se refiere a las percepciones y emociones de los receptores.

En los puntos anteriores analicé las características del público meta entre las cuales el aspecto psicológico del mismo está implícito, como la reafirmación de valores, la necesidad de reconocimiento en la gente joven,

<sup>52</sup>Ibidem

<sup>53</sup>Convenio postal universal firmado en Ottawa el 3 de octubre de 1957, pág. 41, 42, 43

<sup>54</sup>DONDIS, *op. cit.*, pág. 28, 29

## CARACTERÍSTICAS DE LAS TARJETAS

Tema actual

Ligado a la realidad

Imágenes familiares

Expresar preocupación de los jóvenes

Período de venta largo

Costo medio

Coleccionables

su actitud cuidadosa y detallista que otorga un lugar importante a la amistad y se demuestra con obsequios originales que se ajustan a su bolsillo; además de sentirse involucrado en problemas actuales, en este caso "la extinción de los animales", cuyo interés manifiesto se traducirá en aprobación y distinción por parte de sus conocidos.

Este análisis da la pauta para definir las características que las tarjetas requieren para ser aceptadas por los receptores, éstas aparecen en la figura 8.

- Que tengan un tema actual
- Que el tema esté ligado a la realidad
- Que las imágenes a representar sean familiares o favoritas del público
- Que exprese la preocupación de los jóvenes
- Que tengan un período de venta largo
- Que tengan un costo medio
- Que tengan un carácter de colección

8.

Lo anterior indica los lineamientos generales que el diseño de las tarjetas postales debe contemplar, y su proceso de aplicación se describe en el capítulo cuatro.

A pesar de que el punto siguiente se enfoca a la tarjeta postal, me parece adecuado conservarlo en este trabajo, pues el origen de dicho canal se basa en el de la tarjeta abierta, además de que me apoya en la idea de considerar a la tarjeta (en general) un medio valioso para la difusión de la cultura en los países emisores dada la variedad de usos que ha tenido.

### 1.3. Semblanza histórica de la tarjeta postal<sup>55</sup>

La tarjeta postal ilustrada es una modalidad de tarjetas postales, cuyo origen es más antiguo, y con un carácter menos "serio" que el de las tarjetas oficiales emitidas en Europa a finales del siglo pasado. Éstas se hicieron por la necesidad de crear una manera de comunicación breve por correo, después evolucionaron y se las tomó como medios para conmemorar hechos históricos; también fueron usadas por la milicia para comunicarse fuera de los campos durante las batallas, se las empleó también como medio publicitario o para recaudar fondos en beneficio de personas discapacitadas (especialmente los veteranos de guerra). La mayoría de ellas se hicieron con carácter oficial y en un principio la casa de correos del país emisor les imprimía la estampilla.

<sup>55</sup>BANDINI, op. cit., pág. 595-615

### 1.3.1. La tarjeta postal ilustrada

La precursora de la tarjeta postal ilustrada es la cartulina ilustrada abierta con la cual en Italia la gente refinada del siglo XVIII solía intercambiarse saludos y felicitaciones.

En 1796 al litógrafo alemán Miesler se le ocurrió poner en circulación tarjetas con paisajes de Berlín por un lado y por el otro la correspondencia.<sup>9</sup>

Pero tal vez no se puede hablar de una verdadera tarjeta ilustrada sino hasta 1870. Durante la guerra franco-prusiana, el tipógrafo Shwartz de Oldenburgo, que militaba en las filas alemanas, envió al tipógrafo Berndt de Magdeburgo el 1º de septiembre de 1870, una especie de tarjeta con los colores de su regimiento para conmemorar la ocupación de una ciudad francesa. Probablemente este sea el origen de la tarjeta conmemorativa de la que hablaré más adelante.

En el mismo año Z. León Besnardeau, librero de Sillé-Le Guillaume (Sarthe) publicó algunas tarjetas ilustradas de carácter patriótico en litografía, que fueron utilizadas por los soldados de Conlié. De hecho José Miguel Quintana lo llama "el verdadero padre de la tarjeta ilustrada" y narra que los soldados de dicho campo militar acudían al él para escribir a sus conocidos; pero cuando se le terminó el papel en que escribían, utilizó las cubiertas de cartón que lo protegían y las cortó como tarjetas de 6.6 x 9.8 cm para que sobre ellas anotaran sus mensajes y las enviaran sin sobre. Poco después se le ocurrió imprimir alegorías guerreras en el lado de la tarjeta que llevaba los datos del destinatario además de incluirle una banderola que tenía los siguientes mensajes: 'Souvenir de la defense nationale', y arriba; 'Guerre de 1870' y 'Camp de Conlié'.<sup>10</sup>

En 1889 la tarjeta ilustrada todavía no se conocía en Francia, donde la introduce y promueve Emile Strauss, poco después se crea la primera asociación para su intercambio: Le Poste-Carte Club. Y nace también en varias partes del mundo un nuevo tipo de coleccionistas.<sup>11</sup>

Muy famosas fueron las tarjetas de Alphonse Maria Mucha que circularon en Europa desde 1898, hasta 1904 en series de doce y diez tarjetas.<sup>12</sup> *Figura 9*

De una particular finura dan prueba los coleccionistas de "maximum". Así se conoce a las tarjetas ilustradas en cuya parte frontal se puso una estampilla que reproduce el mismo tema de la tarjeta y ésta a su vez es cancelada con el timbre de la misma ciudad.<sup>13</sup> *Figura 10*



9. Las Tarjetas de Mucha tuvieron gran auge a principios de este siglo.

*Tarjeta postal.*

<sup>9</sup>QUINTANA JOSÉ MIGUEL. *Boletín bibliográfico de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público*, no. 991, pág. 10

<sup>10</sup>*Ibidem*, pág. 10-11

<sup>11</sup>En 1904 es tan importante la industria de las tarjetas postales ilustradas que fundan "Le Chambre Syndicale Française de la Carte Postale Illustrée et des industries Qui's y rattachent" (La Cámara Sindical Francesa del Correo Ilustrado y de las industrias que ahí se agrupan)

A partir de 1900 surgen los coleccionistas, los cartófilos y con ellos revistas especializadas, sociedades y clubes de amigos y también exposiciones y hasta una clave o lengua internacional para facilitar los intercambios

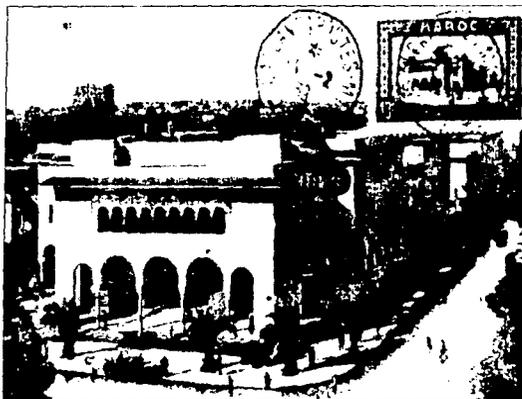
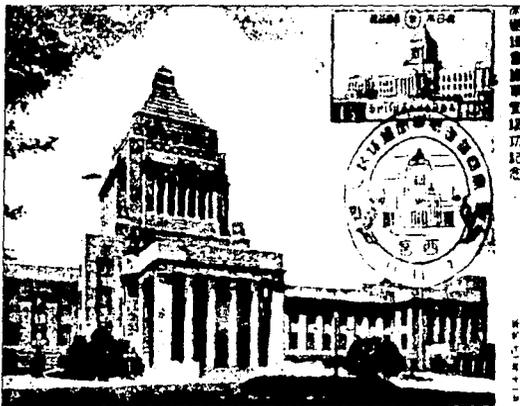
<sup>12</sup>*Ibidem*, pág. 11

<sup>13</sup>En 1895 Alphonse Maria Mucha firmó un contrato exclusivo con el impresor francés Champenois, quien a cambio de un buen sueldo dio a Mucha una oportunidad de darse a conocer al publicar sus diseños a bajo costo en forma de posters, paneles decorativos, calendarios, menús y, desde principios de 1898 en tarjetas postales

Muy acertada fue la decisión de Champenois de reproducir las imágenes de Mucha en tarjetas postales. La tarjeta postal estaba a la cabeza en cuanto a popularidad en Europa. Los diseños de Mucha hicieron lo suyo también, el contrato que tenía con Champenois permitía a éste publicarlos como tarjetas postales a bajo costo. Entre 1898 y 1904 Champenois reprodujo una gran cantidad de diseños de Mucha en siete series de doce tarjetas, y una (Los Muet y Chandonn) menos) de 10 tarjetas

MUCHA, ALPHONSE MARIA. *Original Mucha Postcards: 24 ready-to-Mail Full-Color Cards*, primera de forros

<sup>14</sup>BANDINI, *op. cit.*, pág. 615, 616



10. Ejemplos de dos "máximum" de Japón y de Marruecos.  
*Storia della posta e del francobollo.*

QUINTANA, *op. cit.*, pag. 13

QUINTANA, *op. cit.*, pag. 11

"En Francia, la Ley Postal del 19 de diciembre de 1872 autorizó la emisión y venta de tarjetas con instrucciones de que en un lado sólo se pudiese el nombre y dirección del destinatario y del otro la correspondencia, que no debía contener nada contrario a la moral y buenas costumbres. Fue hasta 1877 cuando en Francia se autorizó a los particulares fabricar dichas tarjetas".

QUINTANA, *op. cit.*, pag. 10

Por entonces el anverso, lado principal de la tarjeta, sólo se utilizaba para la dirección, y en el reverso se escribían sobre la misma ilustración unas cuantas líneas que llevan el saludo y el nombre del remitente.

Al no ser frecuente viajar durante el primer decenio de este siglo, la correspondencia con postales fue local. Unas veces por correo y otras a mano, éstas se usaban como felicitaciones o para acompañar los regalos familiares, con temas ingenuos o "deliciosamente cursis".<sup>10</sup>

Estas tarjetas son contemporáneas del cine, de la ilustración de periódicos y revistas, así como de la filatelia, y aunada al avance de los medios de reproducción la belleza de la tarjeta también se incrementa.<sup>11</sup>

### 1.3.2. Las tarjetas postales oficiales

La idea original de la tarjeta postal oficial se atribuye al pistoyés Torello Marini quien en 1860 diseñó el primer modelo. Pero comúnmente se reconoce la creación de la tarjeta postal al Doctor Heinrich Stephan, Director General de Correos de Alemania; quien propuso a la Conferencia Postal de Carlsruhe en 1865 el adoptar una hoja abierta para la comunicación breve por correo. Los congresistas rechazaron la idea, pero pronto resurge por la iniciativa del profesor Emanuele Hermann quien propuso que se adoptaran, para la correspondencia abierta, pequeñas cartulinas franqueadas con una estampilla de un valor determinado; dichas cartulinas no debían tener más de veinte palabras sin contar la firma ni la dirección (estas tarjetas carecían de imagen).

La administración postal austriaca se adhiere a la propuesta del profesor Hermann y emite el primero de octubre de 1869 las primeras "Correspondenz - Karten"; nace así la tarjeta postal oficial.

La primera tarjeta tenía dimensiones pequeñas 12.2 x 8.5 cm. La estampilla iba impresa en amarillo, el escudo de armas, el marco y el contenido escrito en negro.

Alemania fue el primer país que continuó con el ejemplo austriaco y adoptó la primera tarjeta postal el 6 de junio de 1870 a la que le dió mucho uso, especialmente durante la guerra con Francia. Se calcula que en el primer año de guerra, los combatientes prusianos mandaron desde el campo diez millones de tarjetas postales.

En el mismo año de 1870, la tarjeta postal se introdujo en Luxemburgo, en Suiza, Noruega y Rusia; en 1873 en Estados Unidos de Norteamérica, en Francia<sup>12</sup> en Serbia, en Rumania y en España; en 1874 en Italia.

Después de constituirse la Unión Postal Universal el 1º de junio de 1874 la tarjeta postal se difunde en "todos los países civilizados del mundo". México se incorporó a la Unión Postal Universal durante su segundo congreso, celebrado en París en 1878. Al término del evento, el representante mexicano Don Gabino Barreda firmó el reglamento Postal elaborado por los delegados, mismo que el gobierno del General Porfirio Díaz elevó a rango de ley.<sup>4</sup>

Las primeras tarjetas postales del Reino de Italia se emitieron el 1º de enero de 1874. Llevaban la efigie de Víctor Manuel II, el escudo de armas nacional y la estampilla impresa. Se les consideraba *oficiales*, pues ningún particular estaba autorizado para emitir las por su cuenta.

30

### 1.3.3. La tarjeta conmemorativa

Como su nombre lo indica, estas tarjetas se elaboraron con el objeto de celebrar hechos importantes (semejante a la emisión de estampillas conmemorativas). Las hubo oficiales, semi-oficiales y privadas.

Las tarjetas conmemorativas oficiales eran emitidas por la Dirección de Correos. Un ejemplo es la tarjeta que en 1894 apareció en Austria con motivo de la celebración del 25 aniversario de la primera tarjeta postal, que tenía la efigie del profesor Hermann y la fecha del 26 de enero de 1896 (que es tal vez la del decreto ministerial que autorizó la aparición de este tipo de medio). *Figura 11*

En Italia aparecieron a partir de 1895. En esta época se emitió una tarjeta que celebraba el cincuentenario del Reino hecha con una cartulina más gruesa y barnizada; que al dorso llevaba viñetas patrióticas a colores hechas por pintores de la época.

Las tarjetas conmemorativas semi-oficiales tuvieron temas similares a los de las anteriores: inauguraciones de monumentos, exposiciones de arte o filatélicas, ferias de beneficencia, congresos, la muerte de personajes destacados (el Papa, reyes o artistas), nacimiento de príncipes, el cincuentenario de algún hecho patriótico, la ascensión al trono de algún Rey, etc.

*Figuras 12 y 13*

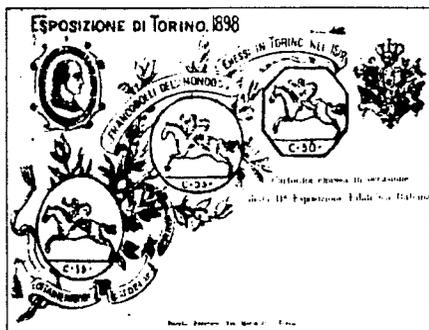
Su nombre indica que también eran emitidas por concesión ministerial. Eran pequeñas tarjetas que la Dirección de Correos hacía en blanco, es decir sin escudo de armas ni frase referente sino solamente con la estampilla impresa para las oficinas gubernamentales interesadas en añadirles imagen y alguna frase referente al hecho celebrado.



11. Tarjeta conmemorativa emitida en Austria en 1894 con la efigie del Doctor Emmanuele Hermann, por el aniversario de su iniciativa. *Idem.*

<sup>4</sup>En 1874 a instancias de Heinrich von Stephan, Consejero Superior de Correos de la Conferencia de Alemania de Norte, se llevó a cabo en la ciudad suiza de Berna, el primer congreso Postal Internacional. Cuyo resultado fue el acta constitutiva de la Unión Postal Universal firmada el 1º de julio de 1875. Para no afectar los intereses o la soberanía de los países firmantes, la unión abrió las puertas al uso recíproco de los medios de comunicación disponibles en cada nación, considerando al mundo entero como un solo territorio postal. Con los años se fueron añadiendo nuevas naciones a este congreso. Desde su fundación, la Unión Postal se reúne cada cinco años para resolver y dictaminar sobre los problemas sucedidos durante este período y es la máxima autoridad, que ya forma parte de las Naciones Unidas, en cuanto al servicio internacional de correos se refiere.

*La quinta casa de correos. Crónica del servicio Postal en México*, pág. 156, 158



12. Los "caballitos sardos" y su promotor Víctor Manuel I, en la tarjeta conmemorativa de la II Exposición filatélica Italiana de Torino en 1898. *Idem.*



13. Tarjeta conmemorativa emitida en 1898 para el cincuentenario de las Cinco Jornadas de Milán. *Idem.*

Muchas de las tarjetas postales conmemorativas se hicieron en series de pocas copias, lo cual incrementa su precio filatélico. Como ejemplo está la serie de 25 ejemplares numerados emitida con motivo de la ascensión al trono de Eduardo VII de Inglaterra (1901), mientras que hubo otra de 30 ejemplares en honor al reinado de Humberto I (1900).<sup>53</sup>

Las tarjetas conmemorativas privadas llevaban impreso un timbre postal ovalado del Rey Humberto I, en cuyo dorso tenían la impresión de viñetas en blanco y negro o a colores, éstas también celebraban acontecimientos especiales como exposiciones de arte importantes, homenajes a personajes destacados, etc.

Respecto a las tarjetas conmemorativas privadas algunas empresas hacían sus propias tarjetas, imprimían figuras o frases particulares sobre cartulinas (que la Casa de Correos emitía para las oficinas de Gobierno), provistas con la estampilla solamente, sin escudo de armas y sin ninguna frase. A éstas se les llama "de comisión privada".

#### 1.3.4. Las tarjetas militares

Se piensa que estas tarjetas deben su origen a la gentil costumbre de los tamboreillos de la Guardia Nacional, de enviar tarjetas de felicitación a sus propios oficiales. Durante la campaña de Eritrea en 1895-96 se ideó la publicación de una serie de tarjetas en litografía que ilustraban episodios de aquella campaña. Pero ya al inicio de nuestro siglo, el uso de tarjetas del Cuerpo Militar se iba afirmando cada vez más y tal vez esto se deba a la costumbre adoptada por la escuela de militares de anunciar con tarjetas especiales la fiesta del "Mak pi cento" o sea "faltan solamente cien días" para la clausura de cursos. A éstas les siguieron innumerables tarjetas de regimiento cuya publicación era alentada por los mismos comandantes, las cuales mostraban con vanidad al Cuerpo Militar como un símbolo prometedor; en ellas se celebraba también la Gloria de su unidad.

La gran cantidad de tarjetas militares que llegaron a emitirse durante las batallas importantes como la Primera y Segunda Guerras Mundiales o la Guerra italo-etíopica respondieron a una exigencia: La propaganda bélica; "constituyen un verdadero panorama de las glorias militares a través de las imágenes."<sup>54</sup>

<sup>53</sup>BANDINI BUTI ANTONIO, *op. cit.*, pág. 602

<sup>54</sup>*Idem*, pág. 609

La tarjeta postal surge de las relaciones sociales de la aristocracia europea del siglo XVIII, posteriormente se utilizó en gran medida en los campos de batalla europeos. La milicia las empleó en algún momento para recordar eventos relevantes, e incluso algunos países se valieron de este medio al conmemorar hechos históricos, para reflejar así su cultura en imágenes.

Este medio de comunicación tuvo, a principios del siglo XX, gran auge a nivel mundial, y entonces surgieron los cartófilos o coleccionistas de tarjetas.

Actualmente las tarjetas postales se siguen utilizando. Sus imágenes, en su mayoría fotos, reflejan algunos aspectos de la vida de los países emisores. Existen algunas tarjetas con fotografías de animales en peligro de extinción; sin embargo, la ilustración puede aprovecharse para dar un carácter distinto al diseño e imagen de este medio. Este asunto está tratado con mayor amplitud en el capítulo 3.

El proceso a seguir para la elaboración de las imágenes, está ligado al conocimiento del proceso comunicativo que siguen las tarjetas postales en el sentido de que al desglosar cada elemento que lo compone nos podemos dar cuenta del papel que desempeña cada uno en la comunicación, además de que al permitirnos conocer al receptor (elemento determinante del diseño) sabremos de él los lineamientos que debe seguir el trabajo a realizar, pues la psicología del público, además de su situación económica, social y cultural propiciarán la aceptación o el rechazo de la comunicación.

Además del análisis hecho al público receptor, es conveniente considerar otro aspecto importante: aquéllo previamente determinado de la tarjeta: existe una legislación postal en la cual se basa parte del diseño de este medio comunicativo, que de no ser respetado, en el caso de que la tarjeta sea enviada por correo será rechazada inmediatamente por la oficina postal.

La forma y el material de la tarjeta también deben respetarse. En el mercado existen varios tamaños, cuya decisión se explica en el capítulo tercero con la ayuda de un estudio de campo en puntos de venta.

Ahora bien, falta indicar cuáles son las especies a representar en esta colección. Deben ser familiares al público para poder atraerlo; sin embargo como éste es joven, deseará comprar algo cuyo diseño sea diferente a los que ya existen.

En el capítulo siguiente explico la forma en que elegí a las especies que represento además de incluir en cada una de ellas, datos que como ilustradora, pueden servirme para la caracterización de cada individuo, pues, es conveniente tener conocimientos básicos sobre la naturaleza de tal manera que el dibujante pueda realizar un trabajo atractivo y funcional.<sup>97</sup>

<sup>97</sup>HERDEG WALTER, *The artist in the service of science*, pág. 45

## CAPÍTULO 2

### ESPECIES ANIMALES MEXICANAS VULNERABLES DE LA EXTINCIÓN

33

La República Mexicana y América Central poseen ciertas características físicas que propician la migración de fauna de sudamérica y de las áreas templadas de norteamérica. Gracias a ello nuestro país se distingue por albergar a más del sesenta por ciento del total mundial de especies vivientes; de esa cifra aproximadamente el treinta por ciento son endémicas, es decir que su distribución está limitada a alguna parte de nuestro territorio nacional.<sup>1</sup> Además de que la República Mexicana posee al diez por ciento aproximadamente del total de especies animales del planeta.

La historia geológica, el clima y la topografía de México son básicos para crear el hábitat adecuado para las especies que viven en cada uno.<sup>2</sup>

El terreno semidesértico es considerable en el territorio mexicano. Existen grandes cadenas de montañas y serranías que favorecen el desarrollo de los bosques templados; también hay zonas tropicales a lo largo de las planicies costeras y más de diez mil kilómetros de litoral.

Lo anterior nos da una idea de cuán valioso es conservar la biodiversidad de nuestro país; y no sólo por el hecho de que sea rica sino porque, es vital preservarla, dada su importancia biológica y cultural; pues aunque nuestra relación con la naturaleza sea muchas veces mínima debido al crecimiento de las ciudades, en otras partes del territorio mexicano los pueblos indígenas generalmente basan sus sistemas religiosos y filosóficos en un respeto total a toda forma de vida.

<sup>1</sup>Guía México Desconocido, *Animales en Peligro de Extinción*, "Ecosistemas de México", febrero 1994, pág. 11

<sup>2</sup>*Ibidem*

Afortunadamente en los últimos años los países desarrollados han comenzado a cobrar conciencia de lo que es llamado "el valor intrínseco de la biodiversidad"<sup>3</sup> de la que se deriva una preocupación por el cuidado de las especies y ecosistemas importantes del planeta; sin embargo las naciones en vías de desarrollo aún no tenemos arraigada la cultura del respeto a la naturaleza, esa falta de conciencia ha ocasionado la pérdida considerable de recursos naturales.

Nuestro país es un serio ejemplo de tal desorden. Un alto porcentaje de flora y fauna está amenazado de extinguirse con el peligro de causar reacciones negativas sobre las especies que conviven en el mismo hábitat y por lo tanto de afectar nocivamente a los recursos naturales valiosos económica y culturalmente para México.

El Doctor Soberón Mainero plantea la necesidad de desarrollar normas mexicanas con respecto a las políticas comerciales y de patentes que regulen tanto a la producción artesanal como a los recursos bióticos del país, para que, junto a una política de revaloración de dichos recursos dirigida a la sociedad, se llegue a una participación conjunta de ésta con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales comprometidas con la "soberanía nacional sobre su riqueza biológica".<sup>4</sup>

Un avance al respecto se dió a conocer el 16 de mayo de 1994 en el *Diario Oficial de la Federación*, con la publicación de la "Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-1994, que determina las especies y subespecies de flora y fauna silvestres terrestres y acuáticas en peligro de extinción, amenazadas, raras y las sujetas a protección especial, y que establece especificaciones para su protección".<sup>5</sup>

Tales especificaciones deben ser observadas por quienes:

1. Tienen, usan o aprovechan a los ejemplares y sus derivados.
2. Quiénes capturan ejemplares de su medio natural con fines de colecta científica.
3. Por quienes conservan, protegen o aprovechan el hábitat de las especies.

Dicha Norma posee una amplísima lista de ejemplares de flora y fauna que se encuentra en nuestro país y necesitan de una atención especial, tal lista los clasifica en cuatro categorías que a continuación transcribo:

**P** En Peligro de extinción Es una especie o subespecie cuyas áreas de distribución o tamaño poblacional han sido disminuidas drásticamente, poniendo en riesgo su viabilidad biológica en todo su rango de distribución por múltiples factores, tales como la destrucción o modificación de su hábitat, restricción severa de su distribución, sobreexplotación, enfermedades, y depredación, entre otros.

**A** Amenazada: La que podría llegar a encontrarse en peligro de extinción si siguen operando factores que ocasionen el deterioro o modificación del hábitat o que disminuyan sus poblaciones. En el entendido de que especie amenazada es equivalente al de especie vulnerable.

**R** Rara: Es aquella cuya población es biológicamente viable, pero muy escasa de manera natural, pudiendo estar restringida a un área de distribución reducida, o hábitats muy específicos.

**Pr** Sujeta a Protección Especial: Es aquella sujeta a limitaciones o vedas en su aprovechamiento por tener poblaciones reducidas o una distribución geográfica restringida, o para propiciar su recuperación y conservación de especies asociadas

Muchos de los ejemplares enlistados tienen su hábitat limitado solamente a una parte del Territorio Nacional; es decir, son endémicos y por lo tanto la responsabilidad de los mexicanos sobre su conservación aumenta.

<sup>3</sup>SOBERÓN MAINERO JORGE, "La biodiversidad en México", *Especies en Peligro*, Revista de Naturalia A.C., julio-agosto 1994, pág. 8, 9

<sup>4</sup>*Idem*, *op. cit.*, pág. 10

<sup>5</sup>Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-1994, *Diario Oficial de la Federación*, lunes 16 de mayo de 1994, Primera Sección, pág. 2-60

CARACTERÍSTICAS DE LOS ECOSISTEMAS	
Semidesierto	Lugares simultáneamente secos, cuyas temperaturas varían extremadamente del día a la noche. Algunos desiertos están cubiertos de arena, otros de arbustos y maleza y son rocosos.
Ambiente marino	Nuestro país cuenta con más de diez mil kilómetros de litoral, en cuyas aguas habita una gran cantidad de peces, reptiles, anfibios y mamíferos, y de aquéllas depende también la vida de otros organismos.
Bosque templado	Son frescos, suele llover mucho en ellos por localizarse en zonas donde la época calurosa es corta. En los bosques donde llueve mucho hay árboles caducifolios; en aquéllos donde la lluvia es poca existen los árboles perennifolios.
Selva	Posee clima cálido y húmedo durante todo el año. Es uno de los ecosistemas más complejos y con una mayor variedad de flora y fauna. Es generadora de la lluvia, ayuda a regular el clima y los ciclos del agua. Por eso a las selvas se les llama los "pulmones de la Tierra".

15. Este cuadro explica las características básicas de los cuatro ecosistemas generales del territorio mexicano.

## 2.1. Criterios de elección de las especies a representar

Originalmente tuve la idea de representar sólo a las especies animales endémicas, pero este criterio se convirtió en un obstáculo para el desarrollo del trabajo. Dada la existencia de otros animales no endémicos en igual estatus y de gran importancia cultural además de ser más conocidos por la gente, decidí incluirlos, y por lo tanto deseché la idea de la representación de organismos endémicos en su mayoría desconocidos, con la probabilidad de ocasionar desinterés hacia las imágenes, por parte del público al no serle familiares.

Los criterios de elección de las especies a representar en el presente trabajo son los siguientes.

a) Por la familiaridad y preferencia del público: La base de esta decisión se funda en una visita al mercado de Sonora, una entrevista al M.V.Z. Edgar Gallosso del zoológico de Chapultepec, y al biólogo Carlos Herrera respecto a las especies animales que más se comercializan en el mercado negro.

b) Por su categoría: Las especies clasificadas en Peligro de extinción, son las que necesitan más apoyo por parte de la sociedad para contribuir a su conservación; pero incluyo aquéllas que tienen otro estatus debido a la razón mencionada en el inciso anterior, aunque en las tarjetas se identificarían también como en Peligro de extinción.

c) Que pertenezcan equitativamente a los cuatro ecosistemas generales que ocupan el Territorio Nacional por dos razones:

1. Diseño: Al formar parte de una colección el diseño llevará una constante que identifique a los ecosistemas y los diferencie entre sí.

2. Información: Al comunicar cuáles organismos se encuentran en peligro, es conveniente indicar en qué ecosistema se desarrollan, lo cual aumenta el valor informativo de la tarjeta.

Tales ecosistemas son:<sup>6</sup>

Semidesierto

Ambiente marino

Bosque templado

Selva

Y sus características generales están explicadas en la figura 15.

<sup>6</sup>Desarrolle el zoológico de Chapultepec y disfruta con nosotros el cambio, folleto del zoológico. 1994

d) Que el público, por ser urbano en su mayoría, pueda ayudar a la conservación de las especies al evitar ciertos actos que repercuten nocivamente en la preservación de las mismas.

e) Por su importancia cultural:

Como mencioné anteriormente desde épocas prehispánicas algunos animales fueron considerados representantes de ciertas deidades, por lo que me parece necesario incluir por lo menos a uno de ellos en este trabajo.

La *figura 16* indica cuáles son las especies seleccionadas, si son endémicas, el ecosistema y el estatus en que se encuentran.

Al ser cuatro los ecosistemas, escogí a tres especies por cada uno, para así sumar las doce imágenes que formarán la colección de tarjetas.

Como ilustradora de este tema, además de adquirir información gráfica (fotografías) de las especies, me es importante obtener más datos acerca de ellas, para tener una idea más concreta de cómo son los ejemplares, cuáles son sus hábitos, cómo se comportan dentro de su ambiente; y por lo tanto poder hacer una representación más acertada sobre cada uno. Incluso es importante consultar a personas especializadas en el tema, para así obtener la información más veraz posible.

Los puntos considerados en cada especie se refieren a:

1. medidas y peso promedio
2. descripción física
3. hábitos
4. reproducción
5. hábitat
6. causas de su extinción
7. alternativas para evitarla

En uno de los casos está incluida una referencia acerca de la importancia cultural de la especie.

ECOSISTEMAS	ENDÉMICAS EN PELIGRO DE EXTINCIÓN	NO ENDÉMICAS EN PELIGRO DE EXTINCIÓN	ENDÉMICAS Y NO ENDÉMICAS OTRO ESTATUS
Semidesierto	tortuga del desierto monstruo de gila perro de las praderas		
Ambiente marino		tortuga laúd tortuga blanca	ballena gris
Bosque templado		lobo mexicano águila real	venado cola blanca
Seva		jaguar	cocodrilo de pantano tucán

16. Organismos a representar en la colección de tarjetas.

## 2.2. Especies animales del Semidesierto

37



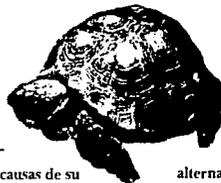
*17. Unidos para la Conservación/Fond, calendario, 1993.*

## 2.2.1. TORTUGA DEL DESIERTO<sup>1</sup>

*Gopherus berlandieri*

También conocida como tortuga de Durango.

medidas y peso promedio  
14 a 21 cm de longitud  
peso de 400 a 900g



18. Guía México  
Desconocido

38

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla *
Color café pálido, los escudos presentan los centros oscuros así como las escamas de las patas y la cabeza <sup>2</sup> y en la parte anterior tiene una protuberancia del plastrón en forma de quilla que termina escindida por la mitad.	Es de hábitos terrestres. Es solitaria, excepto en el periodo de reproducción.  Excava madrigueras para refugiarse.  Es de movimientos lentos.	La época de celo se da de abril a junio.  Los machos luchan por la posesión de las hembras.  Pone de 2 a 12 huevos de forma elíptica y cáscara blanca.	Semidesierto con vegetación compacta de mezquites y chaparral.  Se distribuye principalmente en Chihuahua, Coahuila, Durango, en la región del Bolsón de Mapimí.	Consumo humano de su carne. Venta ilegal. Actividades agrícolas y ganaderas. Pérdida del hábitat. Esta especie se ha reducido a menos de 10,000 adultos.	En 1994 se firmó un acuerdo entre rancheros de Chihuahua, científicos del Museo Americano de Historia Natural (AMNH), el Instituto de Ecología de México y la Universidad Estatal de California en "Dominguez Hills", que se refiere a conservar 45,000 acres de tierra verde para proteger a esta tortuga y por ende a otros animales pertenecientes al mismo ecosistema.  Además el acuerdo para preservar este hábitat propone el manejo de rotación de pastoreo, lo que coadyuvará en la preservación de pastizales.  Evitar adquirirla como mascota, o comprar algún producto elaborado con sus restos.
El caparacho y el plastrón están unidos y solamente tienen dos aberturas al frente para la cabeza y manos y atrás para patas y cola.	Frente al enemigo, retrae los miembros y queda dentro del caparazón.  Se alimenta de nopales y cactus.  En invierno no come y entra en letargo.	El tiempo de incubación es de 20 a 70 días según sea la temperatura ambiental.  Una vez que deposita los huevos, no se ocupa más de ellos.			
Cabeza chica, sus pupilas son redondas, carece de oídos externos, tiene membrana timpánica.					
Las mandíbulas poseen bordes filosos en forma de pico (que sustituyen a los dientes).					
Extremidades cortas y fuertes con uñas para excavar.					

<sup>1</sup>HERRERA GARCÍA CARLOS, *Exposición Fauna de México en Peligro de Extinción*, estación del metro La Raza, línea 5

<sup>2</sup>Guía México Desconocido, *op. cit.*, No. 13, pág. 36, 37

<sup>3</sup>Especies en peligro, *Revista de Naturalia A. C.*, Vol. 3, julio-agosto 1994, pág. 6

## 2.2.2. MONSTRUO DE GILA<sup>10</sup>

*Heloderma suspectum*

medidas y peso promedio  
35 a 50 cm de longitud  
peso de 1.50 a 2.77 kg

19. Idem



descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
<p>Éste y el escorpión son los dos únicos saurios venenosos del mundo. Cabeza triangular, su hocico es chato y la lengua bifida. Los ojos son pequeños y carece de oídos externos. Sus extremidades son cortas con cinco dedos provistos de garras curvas. Cuerpo grueso cubierto de escamas de textura rugosa. Es de color café oscuro o negro con manchas irregulares color salmón. Su cabeza tiene manchas también con escamas abultadas. Cola gruesa, tiene dibujadas bandas paralelas del mismo color de las manchas. Es sumamente lento lo cual hace casi imposible que muerda a una persona, a menos que se le moleste insistentemente.</p>	<p>Es sedentario. Cava su madriguera con las garras. Suele estar activo en las tardes y noche cuando sale a explorar su territorio en busca de alimento constituido por huevos, crías de roedores, aves y reptiles. Se guía principalmente por el olfato y captura a sus presas mordiciéndolas y haciendo que su veneno mezclado con saliva, penetre en la herida por capilaridad a través de sus dientes agudos y acanalados lo que causa parálisis en el aparato respiratorio y corazón, y les provoca la muerte.</p>	<p>Se aparean en el verano. La hembra desova de 3 a 7 huevos de 27 mm. aproximadamente y el periodo de incubación dura de 20 a 30 días, según sea la temperatura ambiental.</p>	<p>Semidesierto Terrenos planos, pedregosos y arenosos con vegetación representativa de las zonas áridas. Se distribuye solamente en la vertiente del océano Pacífico desde Sinaloa hasta Arizona.</p>	<p>La transformación de su hábitat. Se le persigue y mata por ser venenoso ya que la gente piensa que es demasiado peligroso.</p>	<p>Evitar comprarlo en los mercados. Informar adecuadamente a la gente sobre su grado real de peligrosidad y cómo tratarlo.</p>

<sup>10</sup>HERRERA, *op. cit.*

### 2.2.3. PERRO DE LAS PRADERAS<sup>11</sup>

*Cynomys mexicanus*

También conocido como perro llanero o chulo de llano.

medidas y peso promedio  
38 a 44 cm de longitud  
la cola mide de 8 a 12 cm.  
peso 900 a 1.200 kg.



20. *Idem.*

40

descripción física <sup>12</sup>	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
<p>Su cabeza es similar a la de las ardillas, lo que no ocurre con su cola que es aplanada; tiene orejas muy pequeñas.</p> <p>El pelaje es gris amarillento o pardo, el abdomen es más claro y el extremo de la cola negro.</p> <p>Emita un ladrido para avisar que un enemigo se encuentra cerca.</p>	<p>Las poblaciones tienden a dividir su territorio en zonas, que a su vez se dividen en secciones en donde se fundan los núcleos familiares compuestos generalmente por un macho adulto, tres hembras y varios individuos jóvenes.</p> <p>Señalan su territorio con alaridos exhibicionistas parándose sobre sus cuartos traseros.</p> <p>Para reconocerse entre miembros de familia se besan, lo cual evita agresiones entre ellos. En caso de desconocerse se pelean.</p> <p>Son grandes escaladores que construyen madrigueras formadas de chimeneas rodeadas de un terraplén y prolongadas bajo tierra por una red de galerías.</p>	<p>Tiene un ritmo de reproducción menor al de los demás roedores.</p> <p>Las hembras paren una camada de cuatro crías en promedio por año.</p>	<p>Llano rodeado de vegetación propia del desierto que impide su segregación.</p> <p>Se distribuye solamente entre los límites de Coahuila, Nuevo León, Zacatecas y San Luis Potosí. Es decir que es endémico.</p>	<p>Modificación de su hábitat por actividades agrícolas, ganaderas y desarrollo de carreteras.</p> <p>Eliminación de las poblaciones con veneno o armas de fuego por considerarse una plaga.</p> <p>Caza de individuos para alimentación.</p> <p>Reducción de su hábitat, lo que a largo plazo puede provocar problemas genéticos en su reproducción (introgresión genética).</p> <p>Actualmente no se hace nada para protegerlos.</p>	<p>Existen dos áreas: el llano de los perros en Coahuila y El Manantial en San Luis Potosí que podrán establecerse como reservas para la conservación de esta y otras especies amenazadas.</p>

<sup>11</sup>CAMARILLO R. JOSE L., RIVERA A. FERMIN, *Áreas naturales protegidas en México y especies en extinción*, pág. 328

<sup>12</sup>Enciclopedia de la Fauna, tomo V, pág. 2042

## 2.3.Especies Animales del Ambiente marino

41



21. Mundo Maya

### 2.3.1. BALLENA GRIS<sup>13</sup>

*Eschrichtius robustus*

#### medidas y peso promedio

16m de longitud

37 toneladas de peso



22. *Unidas para la conservación.*  
Tarjeta Postal  
ASM-P37

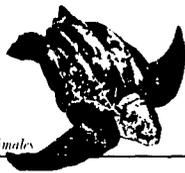
42

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción <sup>14</sup>	alternativas para evitarla
<p>Es un mamífero cetáceo que pertenece al grupo de los misticetos, los cuales en lugar de presentar dientes, tienen barbas que les funcionan como dispositivo filtrador del fondo lodoso. Estas son gruesas y elásticas de color blanco, poco espaciadas y su número es de 138 a 180 en cada lado de la mandíbula superior.</p> <p>La cabeza corresponde a la quinta parte de la longitud total del cuerpo, y tiene de dos a cuatro pliegues longitudinales en la garganta.</p>	<p>Se caracteriza por la larga travesía anual que realiza desde los mares de Chuckchi y Bering (Alaska), hasta las lagunas de Baja California en nuestro país. Este recorrido es de veinte mil kilómetros, lo cual les toma tres meses.</p> <p>Llegan a México entre los meses de noviembre y diciembre. En el mes de marzo migran nuevamente hacia el norte.</p> <p>Se alimenta principalmente de cangrejos, a los que filtra a través de sus barbas.</p>	<p>Alcanza la madurez sexual entre los 5 y los 11 años de vida.</p> <p>Generalmente los apareamientos ocurren fuera de las lagunas de Baja California Sur, pero es en ellas en donde nacen las crías durante los meses de estancia.</p>	<p>Habita en los mares de Alaska, y migra a los mares y lagunas de Baja California en donde tiene a sus crías.</p>	<p>A mediados del siglo pasado casi se extinguía, porque en sólo dos décadas se cazaron alrededor de 16,000 ejemplares lo que equivalió a casi el 95% del total.</p> <p>Se le persigue porque su carne, grasa y huesos son muy preciados en el mercado.</p>	<p>Actualmente está sujeta a protección especial según la NOM-059-ECOL-1994.</p> <p>Cada año la Comisión Ballenera Internacional CBI se reúne y emite una serie de resoluciones respecto a la caza, comercio conservación de las ballenas a nivel mundial.<sup>15</sup></p> <p>La llegada de las ballenas a las costas mexicanas causa curiosidad y es gran atractivo turístico, pues pueden verse desde poca distancia con lanchas de motor, sin embargo hay reglas a seguir que los turistas deben tener, como el tratar de perseguirlas, lo cual las molesta y puede ocasionar que eviten acercarse a esos lugares.</p>

<sup>13</sup> *Ballenas en la bahía*, folleto editado por el Poder Ejecutivo del Estado de Baja California

<sup>14</sup> *Guía México Desempeñado*, pág. 84

<sup>15</sup> *Experiencia Peligro*, Revista de Naturaleza A.C., vol. 3 no. 4, julio-agosto 1994, pág. 3, 15



medidas y peso promedio  
2.40m de longitud  
peso de 400 a 550kg

2.3.2. TORTUGA LAÚD<sup>16</sup>  
*Dermochelys coriacea*

23. La vida de los animales

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
Es la más grande de las tortugas marinas.	Lleva una vida pelágica.	Pasa su vida en el océano y se acerca a algunas playas del Golfo de México para desovar.	Vive en los mares tropicales.	Recolección y venta ilegal de sus huevos.	Evitar el consumo de huevos de tortuga.
Su caparazón está formado de pequeñas placas óseas en forma de polígonos irregulares y yuxtapuestas como las placas de un mosaico, incrustadas en un tejido conjuntivo resistente, lo que le da aspecto de cuero y no de concha.	No hay estudios sobre sus migraciones.	Excava en la arena un hueco en donde deposita 8 huevos aproximadamente.	Se han encontrado concentraciones de agosto a noviembre en Tabasco, y pocas anidaciones en Tamaulipas y Veracruz.	En Yucatán se le ha llegado a usar como carnada para cazar tiburones.	
La parte dorsal del caparazón tiene siete crestas longitudinales.	Se alimenta de organismos blandos como medusas o peces.	Las crías llegan a tener las aletas anteriores del mismo tamaño del largo de su cuerpo.		Reducción de sus áreas de anidación por asentamientos humanos y por lo tanto por contaminación.	
Sus miembros son potentes aletas, las anteriores son muy largas.					
Ésta es la única tortuga cuya columna vertebral no está soldada al caparazón.					
Es negra con manchas rosadas.					

<sup>16</sup>GRASSE PIERRE- PAUL, *La vida de los animales*, tomo III, pág. 161

### 2.3.3. TORTUGA BLANCA<sup>17</sup>

*Chelonia mydas mydas*

También conocida como tortuga prieta

medidas y peso promedio  
.91 a 1.12m de longitud  
peso de 20 a 113kg



24. Catálogo  
de tortugas  
marinas.

44

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
<p>Su color puede ser café o negro, y la parte inferior de color claro. Su cuerpo está protegido por un caparazón y peto. En el caparazón tiene placas córneas que no están superpuestas.</p> <p>En la parte superior de la cara tiene un par de escudos frontales. No tiene oído externo, las fosas nasales son amplias, carece de dientes y el maxilar superior no tiene forma de pico pero los bordes de la boca son filosos.</p> <p>El cuello es corto y poco retráctil, está cubierto por piel verrugosa revestida por escudos, así como la cabeza, las aletas y la cola.</p> <p>Las aletas anteriores son largas y aplanadas, y tienen una uña.</p>	<p>Su vida es solitaria gran parte del año, salvo en período de reproducción y desove que es cuando se acerca a la costa y nada a poca profundidad, se alimenta de algas marinas, crustáceos y moluscos.</p>	<p>Los machos acompañan a las hembras a considerable distancia cuando se dirigen a la playa para desovar, principalmente en la noche.</p> <p>Excava con las aletas posteriores un agujero de 50 a 75 cm de profundidad por 25 ó 30 cm de diámetro y coloca la cloaca en el nido para desovar, en lo cual tarda de 30 a 45 minutos y deposita un promedio de 120 a 180 huevos blancos y esféricos de aprox. 45 mm de diámetro.</p> <p>El período de incubación dura de 58 a 62 días según sea la temperatura y la humedad del ambiente.</p> <p>Al terminar cubre la oquedad con la arena circundante.</p> <p>Al volver al mar los machos fecundan a las hembras de nuevo.</p>	<p>Mares tropicales del Golfo de México y del Mar Caribe.</p>	<p>Sobreexplotación de nidos.</p> <p>Reducción de sus áreas de anidación por asentamientos humanos y contaminación.</p> <p>Pesca incidental o accidental por uso inadecuado de redes.</p> <p>Contrabando.</p> <p>No se respetan las vedas y las tallas de los organismos.</p>	<p>Evitar el consumo de huevos de tortuga.</p> <p>No adquirirla como mascota.</p> <p>No comprar artículos de lujo hechos con sus restos.</p>

<sup>17</sup>HERRERA, op. cit.

## 2.4. Especies animales del Bosque templado

45



25. *Unidos para la Conservación (Fond)*, calendario 1993.

## 2.4.1. LOBO MEXICANO<sup>18</sup>

*Canis lupus baileyi*

medidas y peso promedio

Longitud de .90 a 1.22m

Longitud de la cola de 38 a 48cm

Peso de 34 a 54kg

Las hembras son de talla menor.



26. *Guía México Desconocido*

46

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
Es el cánido más grande de América.	Son de hábitos diurnos y nocturnos.	En época de celo se acentúan las vocalizaciones.	Bosque templado y llanuras.	Hace unos años el gobierno autorizó y capacitó a personas para combatirlo con venenos potentes, trampas, o armas de fuego dando recompensas por cada lobo capturado.	En agosto de 1993 se realizó el I Simposium sobre el Lobo Mexicano. De las conclusiones obtenidas solamente se ha considerado la siguiente:
Tiene el cuerpo esbelto y macizo color grisáceo debido a unas franjas negras sobre su espalda, hombros y costados sobre fondo blanco.	Marcan su territorio con orines.  Forman grupos con una organización social establecida por jerarquías y quien domina es el macho.	Se aparean en invierno solamente.  La gestación dura 63 días aproximadamente, la camada es de 3 a 6 crías.	Es probable que ya no exista en estado silvestre.  Actualmente se encuentra en zoológicos, será muy difícil recuperarlo pues existen 30 ejemplares al máximo.	recompensas por cada lobo capturado.  Destrucción de su hábitat, pues necesita grandes extensiones de tierra para sobrevivir. <sup>19</sup>	A finales del mismo año la Dirección General de Aprovechamiento Ecológico de los Recursos Naturales del INE-SEDESOL y el gobierno de Estados Unidos realizaron un intercambio de ejemplares.
La cara tiene un sombreado negro a manera de máscara.	Pelean para tener el control del grupo.	Nacen ciegos y sordos, son lactantes durante 2 meses.	Permanecen con los padres hasta los 2 años.		A nuestro país se enviaron dos parejas de lobos a las instalaciones de la Fundación Chihuahuense de la Fauna, así como a la Reserva de la Biosfera de la Michilia en Durango, bajo la responsabilidad del Instituto de Ecología A.C. <sup>20</sup>
Hocico alargado agudo y ancho con sistema dentario especializado.	Caza solo, y utiliza estrategias de acoso. A veces lo hace en grupo.	Permanecen con los padres hasta los 2 años.	Las parejas son fieles.		
Orejas grandes, erectas y puntiagudas. Cola larga.	Se alimentan de venados, pecaríes, liebres, conejos, ardillas, ratones; todos viejos, débiles y/o enfermos.				

<sup>18</sup>HERRERA, *op. cit.*

<sup>19</sup>*Guía México Desconocido, op. cit.*, pág. 74

<sup>20</sup>*Especies en Peligro, Revista de Naturalia A. C.*, enero-febrero 1994, Vol. 3, pág. 12-13



27. *Idem*

medidas y peso promedio  
75 a 83cm de longitud  
1.80 a 2.10m de envergadura  
peso 2.50 a 4.10kg  
El macho es más pequeño que la hembra

## 2.4.2. ÁGUILA REAL<sup>21</sup> *Aquila chrysaetus*

También conocida como Bierkui

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
<p>Tiene un plumaje café bronceado en el dorso con una coloración más clara de la parte baja de la barbilla hacia el vientre.</p> <p>Los adultos presentan una coloración dorada en la nuca.</p> <p>Los jóvenes tienen la cola blanca con una franja ancha café oscuro en la base, la cara inferior de las alas también es blanca.</p> <p>Tiene alas grandes y anchas, la cola es ancha, también adaptadas para el vuelo en plano.</p> <p>Pico ancho y fuerte, patas y talones poderosos con plumaje en el tarso.</p> <p>Cara y pies amarillos.</p> <p>Iris castaño, garras y pico negros.</p>	<p>Son valientes cazadoras Llegan a cazar presas de hasta 7 kg de peso como zorros y ciervos pequeños, borregos, cabritos, gallos silvestres.</p> <p>También se alimenta de liebres, roedores, serpientes y raras veces de carroña.</p> <p>Les es difícil la caza en vuelo horizontal; en cambio el ataque vertical y de picada les es sumamente eficaz.</p> <p>Cazan con mucha fuerza y seguridad.</p>	<p>Su capacidad reproductora es poca. Anida una vez al año.</p> <p>Las hembras ponen dos huevos de los que rápidamente llegan a morir ambas crías, o no sale ninguna.</p> <p>Frecuentemente las aves pequeñas tiran del nido a la otra más débil.</p>	<p>Bosques de coníferas y encino.</p> <p>Vertientes montañosas abruptas y solitarias, los acantilados costeros o las llanuras.</p> <p>Se le encuentra en los estados de Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guanajuato, Zacatecas, Hidalgo, Nuevo León, Michoacán, Baja California Norte y Sur.</p>	<p>Contaminación de sus alimentos con DDT para atacar plagas de insectos.</p> <p>Electrocución en torres.</p> <p>Caza.</p> <p>Trampeos.</p> <p>Venta ilegal en mercados nacionales e internacionales.</p> <p>Presión cinegética (caza para cetrería).</p> <p>Vertimiento industrial.</p> <p>Dstrucción del hábitat y alimentación</p> <p>causadas por urbanización de áreas rurales, conversión de tierras para ganadería en tierras para agricultura.</p> <p>Dstrucción directa de nidos.</p> <p>Abandono de nidos causado por disturbios en zonas vecinas a las de anidación como turismo y construcción de carreteras.</p>	<p>Mantenerla dentro de la Reserva Natural del Desierto del Vizcaíno en donde se propone evitar:</p> <p>la portación libre de armas de fuego y circulación de vehículos sin la autorización respectiva.</p> <p>Monitorear a las parejas en cuanto a su desplazamiento, dispersión y anidación.</p> <p>Investigar sobre la biología, requerimientos ecológicos, alimentación y preferencias de anidación de esta ave.</p>

<sup>21</sup>RODRÍGUEZ ESTRELLA RICARDO. *El Águila Real (Aquila chrysaetus) en el desierto de Vizcaíno, Baja California Sur. Parámetro para su conservación*, pág. 1-5, 8-10, 29-30

### 2.4.3. VENADO COLA BLANCA<sup>22</sup>

*Odocoileus hemionus cervosensis*

#### medidas y peso promedio

Longitud de .85 a 1.50m

Longitud de la cola de 10 a 15cm

Peso de 45 a 60kg.

Las hembras son de talla menor

28. *Unidas para la conservación.*

Tarjeta Postal ASM-125



48

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
Cuerpo esbelto, cuello largo bien desarrollado.	Terrestres, es remoneador, o sea que se alimenta de hojas y brotes tiernos de árboles, arbustos frutos, etc.	Los nacimientos se dan en junio y julio, la gestación dura de 200 a 212 días, la camada es de 1 a 2 crías.	Bosque templado de pino-encino, matorrales, zonas áridas.	Invasión de los bosques por comunidades.	Evitar la caza furtiva.
Los machos tienen astas que caen cada año.	Les gusta la sal.	Nacen con la piel café rojiza y manchas blancas en el cuerpo.	Se encuentra principalmente en el Norte y Sureste de México, en los estados de Durango, la Reserva de La Mojonera en San Luis Potosí, en Chihuahua, Sonora, Tamaulipas, Campeche y Quintana Roo. En estos dos últimos sólo en mediana proporción.	Caza furtiva: ésta y otras especies como el venado cabrito ( <i>Mazama americana</i> ), el berrendo ( <i>Antilocapra americana</i> ), y el borrego cimarrón ( <i>Ovis canadensis</i> ), sufren el ataque de los cazadores quienes no respetan las normas y capturan organismos juveniles o hembras preñadas, lo cual ocasiona la reducción considerable de estas poblaciones.	Evitar la invasión de su hábitat pues necesita grandes extensiones de terreno al igual que otros organismos.
Orejas grandes erectas y móviles, cola corta, ancha de color blanco en la parte interna, que levanta cuando se siente amenazado.					
Las extremidades son largas, delgadas y fuertes con cuatro dedos cada una.					
El pelo es corto de textura suave de color café o rojizo en el dorso y blanco en el pecho.					

<sup>22</sup>HERRERA, *op. cit.*

## 2.5. Especies animales de la Selva

49



29. Selva de Palenque. Fotografía personal

## 2.5.1 JAGUAR<sup>23</sup>

*Felis onca*

### medidas y peso promedio

70 a 85cm de altura

1.10 a 1.80m de long.

la cola mide de 45 a 75cm de long.

pesa de 45 a 150kg

30. Unidos para la  
Conservación /Food.  
calendario 1993



descripción física	hábitos	reproducción	hábitat <sup>24</sup>	causas de su extinción	alternativas para evitarla
Es el felino de mayor tamaño del continente americano.	Es solitario y se reúne en pareja sólo en época de celo.	El apareamiento se da en cualquier época del año.	Zona tropical En la selva madura, cerca de ríos o lagunas.	El mercado nacional e internacional de su valiosa piel.	Evitar la compra de artículos de lujo hechos con su piel.
Su cuerpo es largo y macizo, cabeza grande, orejas cortas redondeadas, hocico corto y amplio con un sistema dentario especializado y largos bigotes sensoriales.	Tiene una gran capacidad de adaptación. Los machos ocupan grandes extensiones de terreno.  Es activo de día y sobre todo de noche.	La gestación dura entre 90 y 100 días.  Nacen de 2 a 4 crías, frecuentemente 2; nacen desprotegidos, sordos y ciegos.	Actualmente se le encuentra en Guerrero, Veracruz, Oaxaca, Chiapas, Tabasco, Campeche, Quintana Roo.	Se le mata con el pretexto de que ataca los rebaños de los habitantes cercanos a su territorio.  Es susceptible a los cambios en su hábitat y desafortunadamente éste está sometido con frecuencia a la tala immoderada.	Evitar la práctica de la cacería.  <b>importancia cultural<sup>25</sup></b> Este animal era sumamente respetado por los antiguos mexicanos. De hecho era considerado como una deidad por algunos pueblos; y para los aztecas representaba la fuerza guerrera, por ello solamente los guerreros más valientes podían vestirse con su piel y se les conocía como guerreros tigre.  Los mayas lo llamaban balam y los aztecas ocelotl.
Sus extremidades son fuertes y tiene cinco dedos en las manos, cubiertos de piel para no hacer ruido; están dotados de garras curvas retráctiles.	Es activo de día y sobre todo de noche.  Vive cerca del agua, es buen nadador.  Se alimenta de animales de diversos tamaños, aves, peces, tortugas, cocodrilos, hasta vacas; además consume aguacates y frutos maduros.				
La cola es larga con dibujos, la punta es oscura. Es de color amarillo rojizo en el dorso y costados, blanco en el pecho.					
Su cuerpo está cubierto de pintas negras de tamaño variable con manchas pequeñas de color claro en el centro.					Su piel ha sido admirada desde esas épocas por su color y belleza pero sobre todo por sus manchas.

<sup>23</sup> *Ibidem*

<sup>24</sup> RAMÍREZ PULIDO, *op. cit.*, pág. 90

<sup>25</sup> *Animales Mexicanos, el jaguar*, pág. 36



31. *Guía México*  
Desconocido

medidas y peso promedio  
Tamaño en percha 12 a 20cm  
Tamaño del pico hasta 20cm

**2.5.2. TUCÁN<sup>SM</sup>**  
*Ramphastos sulfuratus Lesson*

También conocido como tucán real, tucán grande o pico canoa

descripcion fisica	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	alternativas para evitarla
Posee un plumaje de colores brillantes.	Vive en comunidades compuestas por algunas familias.	Se sabe poco acerca de ella.	Selvas medianas y altas; difícilmente se adapta a otro ecosistema o al cautiverio.	Modificación de su hábitat debido a:	Se ha declarado la veda permanente de las tres especies de tucán en México.
Se caracteriza por su pico que equivale aproximadamente a la mitad de su cuerpo, es sumamente ligero y tiene colores muy llamativos que forman manchas o franjas.	Se piensa que son aves monógamas.	Tienen una sola nidada por año durante la primavera.	Se le encuentra en las orillas de los ríos, lagos y lagunas de vegetación exuberante. Se le encuentra en Oaxaca, Veracruz, Chiapas, Campeche, Tabasco, Yucatán y Quintana Roo.	Actividades forestales. Uso de insecticidas y pesticidas (relacionados con su alimentación).	Investigar acerca de su reproducción y desarrollo para lograr vigilarlo y controlarlo.
El pico es largo y voluminoso, sin embargo es ligero porque en gran parte está hueco, la mandíbula es curvada cuyos lados terminan en forma de sierra fina.	Anida en las cavidades de los árboles a gran altura entre 20 y 30 m. Su alimentación se basa en frutas silvestres, insectos, larvas, lagartijas y culebras pequeñas.	Ponen de 2 a 3 huevos cuya incubación es de 17 a 20 días, los polluelos nacen entre mayo y junio.		Comercio como ave de ornato.	Rejoblamiento en áreas naturales protegidas.
Están poco adaptados para volar y son arborícolas.	Se mueven saltando ágilmente. Bajan al suelo solamente para recoger frutos caídos o para beber.	Ambos padres participan en su incubación y alimentación; las crías nacen desnudas y rosadas con los ojos cerrados. Dejan el nido a las 8 o 9 semanas y su desarrollo es muy lento.			Difusión de la importancia del tucán y la necesidad de su protección. Evitar la compra de estas aves para ornato.
		El pico alcanza la talla y colores definitivos hasta los 2 o 3 años de vida.			

### 2.5.3. COCODRILO DE PANTANO<sup>27</sup>

*Crocodylus moreletii*

También conocido como cocodrilo negro

medidas y peso promedio

1.50 a 3m de longitud

Peso de 70 a 120kg



52. *Idem*

52

descripción física	hábitos	reproducción	hábitat	causas de su extinción	conservación
Tiene el cuerpo alargado, la cola es larga y gruesa, tiene el hocico corto y ancho; el cuarto diente es prominente y se ve cuando el hocico está cerrado.	Por ser de sangre fría, tiene que permanecer largo rato con la boca abierta para regular su temperatura.	El período de cortejo, apareamiento, nidada y nacimiento de crías es de marzo a junio.	Regiones tropicales. Le gustan los lugares pantanosos, lagunas, ríos y arroyos de poca corriente.	Deterioro de su hábitat.	Evitar la compra de artículos fabricados con su piel.
La piel es gruesa y está cubierta de escudos cuadrangulares.	Pasa la mayor parte del tiempo en el agua.	El nido es un montículo hecho de material vegetal de 90cm de alto y 1.50m de diámetro.	Se le encuentra en ríos de la planicie costera del Golfo de México, en la Península de Yucatán y en la depresión central de Chiapas. <sup>28</sup>	Caza clandestina para tráfico de pieles, con el objeto de fabricar artículos de lujo.	Evitar la compra de animales en cuatrerío de mercados clandestinos.
Es de color oscuro con manchas y jaspaduras amarillas.	En su territorio construye cuevas con la entrada bajo el agua.	La hembra llega a poner de 20 a 40 huevos de cáscara lisa y dura de color blanco.			
Sus extremidades son cortas y fuertes; en las anteriores tiene cinco dedos y en las posteriores cuatro parcialmente unidos por una membrana interdigital.	Los individuos jóvenes habitan en troncos o en cavidades rocosas.	La incubación dura de 75 a 80 días.			
Sus pupilas son verticales con tres párpados, usa uno de ellos para ver bajo el agua.	Se alimentan de peces, tortugas, aves acuáticas y mamíferos.	El cuidado del nido es muy estricto.			

<sup>27</sup>HERRERA, *op. cit.*

<sup>28</sup>Guía México Desconocido, *op. cit.*, pág. 43

En suma, al hablar de las causas que provocan la extinción de las especies animales, se deducen las medidas principales que el público meta puede tomar para contribuir a la conservación de la fauna silvestre. Estas pueden resumirse en los siguientes puntos:<sup>29</sup>

- Evitar la compra de animales silvestres disecados o vivos para mascotas.
- Evitar la compra de artículos hechos con sus restos.
- Evitar la compra de "medicamentos" hechos de animales.
- No comprar huevos de tortuga.
- Evitar la compra de aves de ornato.
- Evitar el consumo de carne de animales silvestres.
- Evitar la práctica de la cacería, o respetar los periodos de veda.
- Evitar la compra de aves como amuletos.

53

Los actos antes mencionados involucran al público urbano con la desaparición de especies. Existen otros factores que están directamente relacionados con el hábitat de cada animal, con el cual el sector urbano no tiene relación (para el tratamiento de esos problemas se requeriría otro tipo de proyecto); sin embargo, si a las tarjetas que ocupan este trabajo se les incluye una sugerencia sobre la forma en que el público puede participar para evitar la extinción, el aspecto informativo cobrará mayor importancia y además contribuirá a la sensibilización de los receptores meta respecto a este problema.

Las características de cada organismo que acabo de mencionar me permiten conocer a cada uno con mayor precisión y así aprovechar algunos de esos elementos para su representación gráfica, lo cual concierne al capítulo cuatro.

Por lo pronto conviene conocer el tipo de tarjeta más aceptada por el mercado juvenil del Distrito Federal y Área Metropolitana, con el fin de determinar el tipo, la presentación y el diseño de la misma, en donde quedará integrada la ilustración.

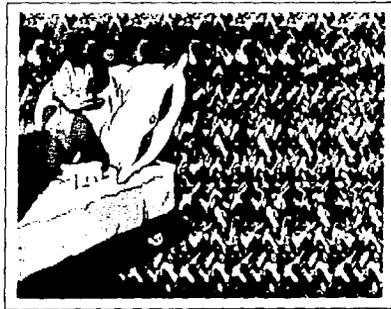
<sup>29</sup>HERRERA, *op. cit.*

## CAPÍTULO 3

### ELECCIÓN DEL TIPO DE TARJETA Y PLANTEAMIENTO GENERAL DEL DISEÑO DE LA COLECCIÓN



33. Tarjeta postal panorámica



34. Tarjeta postal "tridimensional" 34)

Actualmente las tarjetas postales representan temas variados; religiosos, amorosos, humorísticos, vistas de lugares turísticos, playas, sitios de recreo de moda, danzas, toros,<sup>1</sup> obras de arte, bebidas y juguetes regionales, eróticos, animales en peligro de extinción o imágenes "tridimensionales". *Figuras 33, 34, 38, 39*

Estos temas están ilustrados en su mayoría con fotografías, algunas de ellas tratadas con técnicas especiales.

Dado que las tarjetas tienen como objeto recordar un momento grato o festivo, deben tener un carácter alegre; y algo muy importante es que al igual que las imágenes de libros, el público las observa a poca distancia lo que exige que estén realizadas en una técnica en la cual el detalle pueda definirse cuidadosamente.<sup>2</sup>  
*Figuras 35 y 36*

Tal vez por la necesidad de que la imagen sea fiel, la fotografía sea la técnica más utilizada en este medio.

Representar a las especies antes mencionadas podría hacerse mediante fotografías; pero este tipo de tarjetas ya existe en el mercado. En mi caso el realizar trabajo fotográfico necesitaría, además de mucho tiempo, el equipo suficiente para hacer tomas en los hábitats de cada ejemplar, o en los zoológicos, con el riesgo de que en esta última opción las fotografías sean poco atractivas, pues los animales encerrados suelen no ser muy activos y tener un entorno rodeado de jaulas o gente, es decir, poco representativo.

<sup>1</sup>ARNOLD EUGENE, *Técnicas de la ilustración*, pag. 117  
<sup>2</sup>*Op. cit.*

En cambio, puedo aprovechar la documentación fotográfica y de buena calidad que ya existe sobre muchas especies, para crear imágenes que cumplan con los requerimientos necesarios para atraer visualmente al público meta.

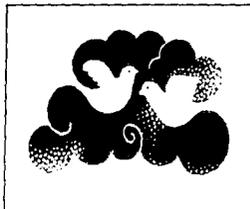
El basar mis ilustraciones en fotografías se debe a que lejos de intentar darles un carácter científico, que represente a las especies tal cual son, sean más bien una interpretación propia, sin olvidarme de que funcionan para "informar, explicar e instruir" a mi público meta.

Tal carácter "informativo" no se pierde con la interpretación del trabajo, pues las fotografías me sirven para respetar las proporciones y aspectos esenciales de cada individuo y su entorno. Obviamente la elección de las fotos debe ser cuidadosa, pues no olvidemos que la cámara puede distorsionar la imagen del sujeto según el punto de vista en que lo tome.<sup>4</sup>

Además de informar, esta interpretación ilustrativa da pauta para "explicar" visualmente algunas características del animal, lo cual me ayuda a destacar aquello que la cámara capta pero que no hace notar lo suficiente<sup>5</sup>; En las ilustraciones me permití exagerar ciertos aspectos de las especies como la textura de su piel, e incluso interpretarla con achurados, como explico en el capítulo cuatro.

Un ejemplo de ilustraciones informativas son las que utiliza el listado GITES (Convención Internacional sobre el Comercio de Flora y Fauna Silvestres), en el cual aparece una imagen esquemática de la especie nombrada, cuyos colores significativos son representados en plata, a diferencia del resto de la imagen que queda solamente en medios tonos grises. En el mismo listado se explica que esta interpretación ayuda a localizar las diferencias exactas entre especies muy similares.<sup>6</sup> *Figura 37*

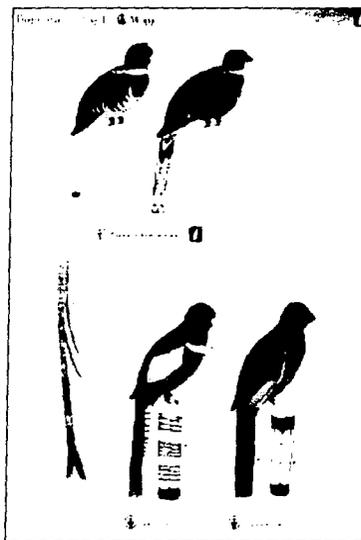
La característica de "instruir" queda incluida porque en las imágenes: a) representar indico de forma esquemática el ecosistema en donde vive la especie; o sea que además de mostrar cómo es el animal, señalo el lugar en que habita pues mi tarea como ilustradora es simplificar y aclarar la información presentada.<sup>7</sup>



35.



36. Ejemplos de tarjetas UNICEF.



37. Ejemplo de una página de la Guía de Identificación de CITES.

<sup>4</sup>HERDEG WALTER, *The artist in the service of science*, pág. 6

<sup>5</sup>JENNINGS SIMON, *The new guide to professional illustration and design*, pág. 39

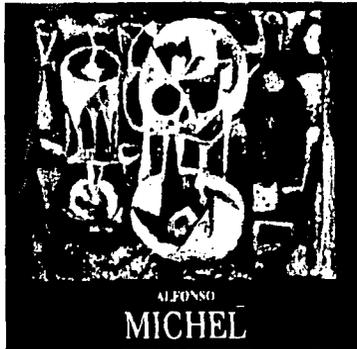
<sup>6</sup>Idem, *op. cit.*, pág. 29

<sup>7</sup>Guía de identificación CITES

<sup>8</sup>HERDEG, *op. cit.*, pág. 42



38.



39. Tarjetas postales con temas artísticos.

### 3.1. El diseño y la ilustración en las tarjetas comercializadas en la Ciudad de México y Área Metropolitana

En un principio determiné que el medio a utilizar en la sensibilización del público son las tarjetas postales.

Su efectiva aplicación requiere tener en cuenta ciertos aspectos de carácter publicitario, referentes a:<sup>2</sup>

1. El producto (referente o medio)
2. El mercado (el marco de referencia)
3. El perfil del consumidor (los receptores)

#### 3.1.1. Objetivo de la investigación de campo

En el primer capítulo mencioné varias características del perfil del consumidor, ahora corresponde hacer un análisis general del producto y su mercado. Dicho análisis se basó en una investigación de campo cuyo objetivo fue:

##### objetivo:

Conocer las constantes y diferencias que existen entre los formatos, diseños y tipo de imágenes de tarjetas juveniles comercializadas en cinco puntos de venta relacionados con el nivel socio-económico del público meta en el Distrito Federal y Área Metropolitana. Para determinar las características generales del diseño de la tarjeta

Esta investigación no fue exhaustiva, sin embargo abarcó las siguientes cuestiones que al ser concisas, resultan una guía práctica para la decisión del problema de diseño:

#### 1.El producto: Tarjetas postales y de felicitación

- ¿Cuáles son sus formatos?
- ¿Cuál es su presentación?
- ¿Qué precio tienen?
- ¿Cuáles son los medios de distribución que las surten?

#### 2.El tema

- ¿Existen tarjetas postales con el tema de animales?
- ¿Existen tarjetas postales con el tema de animales en peligro de extinción?
- ¿Qué otros temas manejan las tarjetas postales y de felicitación?

<sup>2</sup>BELTRÁN Y CRUCES RAÚL ERNESTO, *Publicidad en medios impresos*, pág. 15

**El diseño:**

¿Qué tipo de imágenes manejan?

¿Qué diseños tienen?

¿Qué sistema de reproducción utilizan?

**Propuesta:**

¿Hacen las tarjetas alguna propuesta para evitar la extinción?

¿Qué otro tipo de mensaje llevan las tarjetas?

### 3.1.2. Justificación de la investigación

58

Además de conocer las características de los receptores, el diseñador necesita tener una idea de cómo son los diseños de productos similares que se comercializan en el mercado, para adecuar su trabajo a los márgenes que aquél impone, y que se basan en el gusto y necesidades del público, ésto aunado a su creatividad, proporciona las cualidades finales del trabajo.

Para la obtención de estos datos es necesario revisar los lugares donde el público suele hacer sus compras o reunirse; en base a ello realizar un análisis comparativo de los datos obtenidos en cada lugar, para conocer las posibles diferencias y/o similitudes entre los diseños vendidos en cada uno de ellos, esto es con el objeto de obtener un parámetro del cual se desprendan ideas para el diseño, formato, e ilustraciones de esta serie de tarjetas.

**El público meta**

Como dije anteriormente, el nivel socioeconómico de los receptores está entre: B, C+, C, D+ y D.<sup>10</sup>

Los receptores meta son estudiantes de secundaria hasta universidad.

Al revisar los Avances en la investigación sobre niveles socioeconómicos presentados para la AMAI considero a las colonias típicas allí mencionadas para determinar los puntos de venta a estudiar.

<sup>10</sup>*Ibidem*

<sup>11</sup>RUIVALCABA LAURA, *op. cit.*

**NIVEL COLONIAS TÍPICAS**

B	Bosques de las Lomas, Pedregal de San Angel San Angel Inn, La Herradura, Tecamachalco
C+	Satélite, Del Valle, Nápoles
C	Prados del Rosario, Avante, Sta. Ma. La Rivera
D+	Anáhuac, Federal
D	Guerrero, Pedregal de Sta. Úrsula

Dado que mi público está representado por estudiantes, me parece adecuado incluir museos. En el nivel D se indica que la gente visita su lugar de origen cada año, lo que me hizo deducir que un punto adecuado para hacer el estudio sea una terminal de autobuses, a la que elegí por sorteo.

59

Los puntos de venta a investigar son aquéllos que se encuentran en plazas cercanas a las colonias típicas, parques de diversiones y museos.

<b>NIVEL</b>	<b>PUNTO DE VENTA</b>
B	Plaza Loreto, Centro Cultural Arte Contemporáneo
C+	Plaza Satélite
C	Aurrerá Buenavista
D+	Zoológico de Chapultepec
D	Central de Autobuses Oriente (TAPO)

Por ser jóvenes, los perceptores suelen visitar lugares tales como: tiendas de discos, tiendas de regalos y ecológicas, por lo tanto el estudio se realizó en este tipo de locales, con el requisito de que expendieran algún tipo de tarjeta.

Las tablas referentes a este trabajo están incluidas en el apéndice de la tesis. A continuación expongo solamente los resultados.

### 3.2. Planteamiento General del Diseño e Ilustración de la colección de tarjetas

Después de revisar los resultados del estudio de campo antes mencionado, considero conveniente tomar algunas características de las constantes y variables obtenidas para indicar las bases en que se apoyará el diseño:

#### Producto:

En este mercado es mayor la oferta de tarjetas de felicitación que la de tarjetas postales. *Figuras 40 y 41*

Dado que se requiere un espacio suficiente para hacer anotaciones personales y otro para las indicaciones sobre la especie representada, concluyo que el producto más adecuado es la tarjeta de felicitación, con un tamaño medio, para que quepa en cualquier exhibidor y no necesite de uno especial. Sus características serán las siguientes:

#### Tamaño:

13 x 18.3 cm

#### Formato:

Vertical u horizontal dependiendo de la especie representada.

#### Material:

Cartulina couche paloma brillante 250g.

#### Presentación:

Solamente sobre.

#### Precio unitario:

\$ 8.00

#### Medio de distribución:

No propongo ninguno pues el proyecto no se ha ofrecido comercialmente.

#### Tema:

Animales en Peligro de Extinción



40. Tarjeta de felicitación con tema ecológico, Zoológico de Chapultepec.



41. Tarjeta postal comercializada en la tienda ecológica ECOTURISMO en Plaza Inn.

## MENSAJES QUE CONTENDRÁ EL REVERSO DE LA COLECCIÓN

1. nombre vulgar y científico del animal
2. características generales de la especie
3. localización geográfica
4. estatus en el que se le clasifica
5. causas de su extinción
6. sugerencias para evitarla
7. nombre y eslogan de la asociación
8. destino de los fondos de la venta de tarjetas
9. distribuidor
10. crédito

### Diseño:

Para la ilustración propuse desde un principio las siguientes técnicas visuales opuestas:

individuo		fondo
actividad	-	pasividad
profusión	-	economía
complejidad	-	simplicidad

El Diseño Gráfico consta de estas características:

### Frente:

Ilustración rodeada de un marco en el cual es factible incluir el texto que caracterice a la colección.

61

### Interior o parte media:

En blanco para dar suficiente espacio a notas personales.

### Reverso:

Diseño sencillo con los datos que menciono en la *figura 42*.

### Sistema de reproducción:

Offset, con acabado en barniz ultravioleta o mate.

### Propuesta:

Al seguir el análisis del aspecto psicológico de los perceptores hecho en el punto 1.2.3. Estas tarjetas cumplen con todas las características requeridas:

- tienen un tema actual y ligado a la realidad porque la extinción es un problema que aqueja al planeta en estos días.
- las imágenes son familiares al público porque éste sabe de la existencia de los animales y ecosistemas.
- estimo para ellas un período de venta largo; al no pertenecer a ninguna campaña específica, las tarjetas pueden permanecer en exhibidor durante mucho tiempo.
- tienen un costo medio; pues el que propongo corresponde al precio promedio de las tarjetas investigadas.

-tienen un carácter de colección que expresa la preocupación de los jóvenes, que se manifiesta en la propuesta utilizada: una invitación a conservar a las especies animales así como a comprar las tarjetas que forman la colección.

Decidí emplear esta propuesta como Argumento Específico de Venta e imprimirla por el frente de la tarjeta. Después de varias propuestas de argumentos, elegí el siguiente por ser una doble invitación: adquirir las doce tarjetas y contribuir con ello a la conservación de especies animales.

### *Forma tu colección y ayuda a la conservación*

62

Mucha de la información que decidí incluir en la tarjeta la obtuve de las observaciones realizadas en este estudio, lo cual prueba que efectivamente el Diseñador debe conocer el mercado del producto que se le ha encargado con el fin de ajustar su diseño a las carencias o elementos sobrantes que pueda tener la competencia.

Gracias a esta investigación de campo, es muy notorio el cambio respecto al medio que he de emplear, pues originalmente planteé el manejo de tarjeta postal; sin embargo, los datos obtenidos sugieren que el medio más efectivo a emplear para llegar al público meta es la tarjeta de felicitación, por ser ésta la que más venta tiene entre los receptores considerados. Prueba de ello es la gran diferencia entre el porcentaje de tarjetas postales y de felicitación estudiadas. Tal diferencia deja ver que las tarjetas postales suelen ser adquiridas por el turismo nacional o internacional, lo que no ocurre con las tarjetas de felicitación que generalmente compra un público urbano y joven en su mayoría.

Otra razón para hacer el cambio de modalidad de tarjeta se debe a que la postal ofrece un espacio pequeño para anotar mensajes; en cambio, con la tarjeta abierta se tiene la posibilidad de manejar un espacio dos veces más grande que el del tamaño de la imagen representada, lo cual puede ser más atractivo a los compradores, quienes gustan de comunicarse por escrito.

El planteamiento detallado de la realización del Diseño y la Ilustración de las tarjetas queda descrito en el siguiente capítulo.

# CAPÍTULO 4

## LA ILUSTRACIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO APLICADOS A LA COLECCIÓN DE TARJETAS

63

El presente capítulo está dedicado a la realización del proyecto gráfico que ilustra esta tesis. En él incluyo conceptos teóricos básicos que sirven de apoyo al planteamiento de la ilustración y el diseño, tales como composición, elementos gráficos y técnicas visuales. Los cuales menciono al mismo tiempo que desarrollo el trabajo.

Cada parte de este estudio ha contribuido a la decisión de la solución gráfica de la tarjeta y la ilustración. En el primer capítulo los análisis de los procesos de comunicación y diseño dieron pauta para conocer aquellos aspectos psicológicos de los receptores que el profesionista debe considerar para realizar el planteamiento de diseño de la tarjeta.

El segundo capítulo sirvió para determinar cuáles especies se van a representar y las características que el ilustrador puede considerar de cada una para realizar su trabajo.

El tercer capítulo está dedicado principalmente a la decisión de modalidad de tarjeta a utilizar, el tipo de material y la técnica de impresión, que son parte de los elementos técnicos que participan dentro de los aspectos previamente determinados que el diseñador necesita conocer.

Ahora corresponde poner toda la atención al aspecto formal; es decir que es el momento de explicar cuáles son los elementos y técnicas visuales a emplear en el desarrollo gráfico del proyecto.

## 4.1. El diseño de la tarjeta

La tarjeta de felicitación consta de tres espacios a utilizar: el frente o anverso, la parte media y el reverso. *Figura 43*

El diseñador puede disponer de los tres espacios; sin embargo, una impresión hecha por ambos lados del papel aumenta costos, por lo tanto, en este proyecto solamente me enfocaré al diseño del anverso y reverso de la tarjeta; porque los dos corresponden al mismo lado del papel.

El formato y las proporciones (lo previamente determinado), son los primeros criterios que se deben tomar en cuenta en cada diseño.<sup>1</sup>

Estas tarjetas tienen una forma rectangular y sus medidas son de 13x18.3 cm; que se manejará tanto vertical como horizontalmente, dependiendo de la imagen a representar.

Es recomendable dividir todo espacio de diseño en partes proporcionales para que los elementos que en él aparezcan puedan componerse de manera equilibrada, y por lo tanto expresen "el contenido, calidad y estilo apropiados al concepto".<sup>2</sup>

Tal concepto se basa en el carácter del público, que al ser joven requiere de un diseño "llamativo, fresco y original".<sup>3</sup>

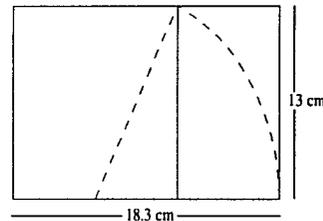
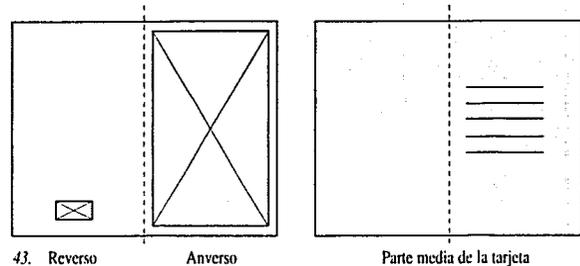
### 4.1.1. El frente

Constituye la parte principal del diseño. En ella está plasmada la imagen.

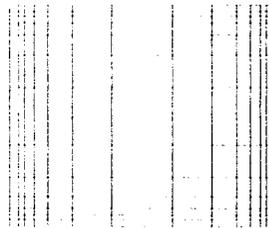
En el capítulo anterior indiqué que el argumento específico de venta se agregará a esta parte. Por lo tanto en el diseño considero espacio suficiente para el marco, el texto y primordialmente la imagen pues en este caso la imagen tiene más peso visual que el propio argumento específico de venta.

Las medidas de la tarjeta corresponden a un rectángulo áureo, *figura 44* sobre el cual hice el trazo de una retícula básica hecha con segmentos áureos verticales y horizontales. *Figura 45*

Esta retícula es dinámica y puede ser aprovechada en la disposición de los elementos a manejar, lo que ayuda al concepto juvenil del diseño.



44. El formato cerrado de las tarjetas corresponde a un rectángulo áureo. *Fundamentos de diseño.*



45. Retícula basada en segmentos áureos.

<sup>1</sup>SWANN, *op. cit.*, pág. 20

<sup>2</sup>Idem, *Cómo diseñar retículas*, pág. 68

<sup>3</sup>Idem, *Diseño y Marketing*, pág. 83

Forma tu colección y ayuda a la conservación

#### 4.1.1.1. La tipografía en el anverso

Durante el proceso de diseño de este trabajo es necesario contemplar la conjunción del texto con la ilustración. Trabajarlos en el mismo espacio puede ofrecer mayores soluciones creativas porque el diseñador tiene igual control en las formas y tamaños tanto de la tipografía como de la imagen.<sup>3</sup>

Desde los primeros bocetos probé la posición del texto con unas cuantas líneas; a medida que avancé en la decisión del diseño escogí el tipo de letra, su tamaño, color, y efectos finales.<sup>4</sup>

Considero de utilidad tener presente el llamado "lenguaje de las letras",<sup>5</sup> ya que algunos estilos tipográficos tienen un contenido psicológico que puede aprovecharse para reforzar el concepto de su mensaje.

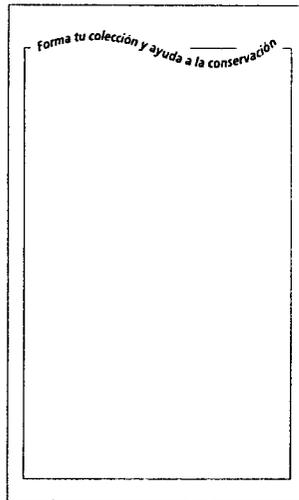
En este caso, el diseño requiere reflejar frescura y originalidad; por lo tanto se tiene la posibilidad de escoger tipografía con las siguientes características.

Letra de palo seco - expresa actualidad, mecanismo, fuerza

Letra gruesa - es símbolo de fuerza, poder, energía

Letra cursiva mayúscula - simboliza dinamismo

De entre los varios tipos de letra probados escogí Frutiger bold 18 pts. Esta tipografía es gruesa y de palo seco; sin embargo, para romper con la dureza que podría sugerir el estilo de letra, acomodé la frase sobre una línea curva con la cual se suaviza el marco que rodea a la imagen, e integra al texto con esta última. *Figura 46*



46. El argumento específico de venta en el formato horizontal y vertical.

<sup>3</sup>Ibidem, pág. 78

<sup>4</sup>HARRISON TONY. *Técnicas de la publicidad*, pág. 77

<sup>5</sup>Op. cit.

#### 4.1.2. El reverso

Es la parte posterior de la tarjeta. Según las observaciones realizadas en el estudio de campo del capítulo anterior, este lado de la tarjeta sirve para colocar los siguientes datos:

1. nombre vulgar y científico del animal
2. características generales de la especie
3. localización geográfica
4. estatus en el que se le clasifica
5. causas de su extinción
6. sugerencias para evitarla
7. nombre y eslogan de la asociación
8. destino de los fondos de la venta de tarjetas
9. distribuidor
10. crédito

Los textos que se refieren a las características generales de la especie, la localización geográfica, las causas de la extinción y sugerencias para evitarla, ocuparán varios renglones a diferencia de las demás tarjetas; pues algunos datos servirán para que el público se informe sobre la especie representada, se sensibilice y sepa de qué forma puede ayudar a la conservación de la misma, y lograr entonces los objetivos planteados al principio de la tesis.

Del acomodo tipográfico depende que se atraiga y mantenga sin fatiga la atención del receptor; por lo tanto se debe buscar que la tipografía y su composición comuniquen apropiadamente la idea y armonicen con los otros elementos del diseño.<sup>10</sup>

La retícula que utilicé en este espacio tiene su origen en la red básica (dividida en segmentos áureos) *figura 45*.

##### 4.1.2.1. La composición tipográfica en el reverso

Para la elección de la fuente, tomé en cuenta las siguientes reglas tipográficas:<sup>11</sup>

1. Un texto prolongado debe ser fraccionado para una lectura fácil. Aunque la cantidad de información no es grande, ésta parece serlo dado el tamaño de la superficie en que se encuentra. Por eso conviene separar los párrafos para evitar la monotonía.

<sup>10</sup>TURNBULL, ARTHUR T., *Comunicación Gráfica, tipografía diagramación diseño producción*, pág. 108  
<sup>11</sup>TURNBULL, *op. cit.*, pág. 110

Título en tipografía Antique Olive Nord 20 pts. y nombre científico en Antique Olive Nord italic 8 pts. impreso en un porcentaje menor al del color del hábitat representado.

Capitulares caladas en blanco sobre cuadrados inclinados, fuente Antique Olive Nord 14 puntos. En todos los casos el color del cuadrado será violeta: C 34%; M 94%.

Subtítulos a manera de preguntas. Este tipo de planteamiento involucra al público directamente con el tema.

Tipografía Antique Olive Nord 14, 12 y 10 pts. Del color indicado para cada ecosistema. Sello con inclinación de 25°.

Para ello utilicé subtítulos de letra y peso contrastante al texto, así como itálicas y cuatro tamaños de cuerpo (18, 14, 12 y 10 puntos) para dar movimiento y énfasis al significado de las palabras de cada subtítulo que está formado por preguntas que involucren al receptor del mensaje.

Otra variante que usé son las capitulares caladas en blanco sobre un cuadrado envolvente de color con una ligera inclinación, que hace destacar el principio de cada párrafo.

2. El texto cargado a la izquierda es más seguro que cuando es irregular de ese lado. En la composición tipográfica apliqué texto rodeando la imagen de la República Mexicana, por lo cual, en el extremo izquierdo de una parte de la segunda columna quedó completamente irregular; sin embargo, es un acomodo interesante porque corresponde al texto que indica la distribución geográfica de la especie.

3. El tipo romano es preferible para el cuerpo del texto por ser más legible. Utilicé la fuente Times.

4. Los tipos de 10, 11 y 12 puntos son más fáciles de leer. Para el cuerpo del texto, elegí 10 puntos.

Usé como base la red de segmentos áureos para colocar el texto en dos columnas, en medio de las cuales inserté el mapa de la República Mexicana para que la tipografía quedara a su alrededor.

En la tercera columna coloqué el sello y dejé un espacio para acomodar el logotipo de la asociación, el nombre del distribuidor de las tarjetas, el código de barras y el crédito. *Figura 47*

A pesar de que el diseño es constante, tomó tiempo resolver cada caso porque fue necesario ajustar la redacción a los espacios asignados, y al procurar que las palabras no se cortaran, necesité buscar sinónimos, o cambiar el orden de las frases. El resultado es satisfactorio: diseño dinámico que incluye la información planteada en el capítulo anterior. *Figura 42*

Párrafos de texto con tipografía Times 10 puntos tinta negra.

Mapa de la República mexicana. M 9%, Y 28%.

Crédito en tipografía Times 6 puntos, en tinta negra.

#### 4.1.2.2. El diseño del sello

Uno de los datos a proporcionar en el reverso de la tarjeta es el estatus en que se clasifica al animal ver *figura 42*.

En los primeros bocetos coloqué este texto como encabezado; sin embargo daba mal aspecto por lo que decidí crear una imagen en lugar de texto. Opté por un icono que simulara un sello porque además de contener algún elemento significativo de la extinción, puede ser aprovechado para unificar la colección y hasta emplearse en el futuro a manera de marca gráfica por representar la síntesis de la finalidad de las tarjetas y ser un elemento distintivo en la colección.

Es por ello que su diseño es simple porque tiene la posibilidad de que se le reproduzca en cualquier tamaño y material; pero sobre todo porque la simplicidad es más efectiva en la percepción y fijación del recuerdo.<sup>22</sup>

Esta figura se compone de dos elipses *figura 48*, cuyo contenido es el siguiente: La elipse de mayor tamaño tiene el texto: ESPECIE EN PELIGRO DE EXTINCION.

El superior está hecho con tipografía Copperplate 25 Thirty three, y el inferior con la fuente Futura X Blk Bt. ambas caladas en blanco sobre fondo obscuro, cuyo color puede variar. la palabra más importante: EXTINCIÓN es la que destaca más. *Figura 50*

La segunda elipse (interior) es blanca y contiene una figura estilizada y geometrizada de un antílope corriendo, *figura 49* que sugiere la acción de huir, relacionada con la caza de la que son víctima estas especies.

El texto que indica el objetivo último de la compra de la colección quedó acomodado en tres líneas curvas que remiten a la imagen de los sellos de cancelación de franqueo de la oficina de correos. *Figura 51*

El diseño del sello quedó como lo representa la *figura 52*.

Las líneas punteadas indican solamente la justificación de la posición de los elementos.



48. Elipses que componen el sello.



49. Antílope corriendo. En este caso sugiere la huida.



50. Integración de la figura del antílope con las elipses



51. Ejemplo de sello de cancelación de la oficina de correos.



52. Sello definitivo.

<sup>22</sup>HARRISON, *op. cit.*, pág. 137

#### 4.1.2.3. El diseño del mapa

Otro de los datos a incluir en la parte posterior de la tarjeta es la localización geográfica de la especie.

En un principio decidí colocar un mapa de la República Mexicana, y marcar en él cada uno de los estados en que se distribuye el organismo representado con el objeto de reforzar visualmente esta información citada en el texto; sin embargo, me encontré con dos problemas: información completamente opuesta y/o caduca; y que algunas especies solamente se distribuyen en una pequeña parte de un estado, por tanto si yo señalaba el estado completo el dato sería erróneo. *Figura 53.*

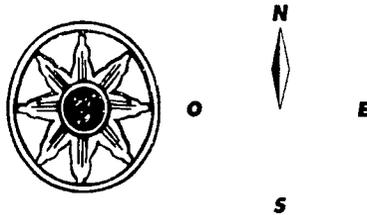
Así fue como decidí indicar de manera general su hábitat y las palabras Norte, Sur, Este, Oeste, Noreste, Noroeste, Sureste y Suroeste.

El mapa es una geometrización de la República Mexicana cuya impresión se hará en color neutro (beige) con un porcentaje muy bajo: magenta 9% y amarillo 28%.

Sobre este mapa coloqué el diseño de un sol texturado rodeado por una doble circunferencia; en cuatro de los extremos de los rayos indiqué los cuatro puntos cardinales, y para cada caso hay un rombo que a manera de aguja de brújula marca el área general que habita cada especie.

El diseño del sol estará impreso en gris en un porcentaje visualmente mayor al del mapa. La tipografía de los puntos cardinales y el color de la aguja de la brújula serán del color representativo para cada hábitat. *Figura 55*

53. El mapa representa un área de distribución muy amplia, lo cual se traduce como dato erróneo pues el organismo representado se localiza solamente en pequeñas regiones de estos estados.



54. Diseño del sol texturado. Imprimí la imagen del sol en papel albanene y la texturé con un cutter; se escaneó esta imagen y se le aplicó un porcentaje de pantalla de 25%.



55. Este tipo de representación indica el área general de distribución sin posibilidades de proporcionar datos erróneos o exhaustivos.

## 4.2. La ilustración aplicada a la tarjeta

Es más fácil recordar una idea cuando ésta se aplica a una ilustración, que a una fotografía. La diferencia radica en que esta última retrata la realidad cotidiana y entonces termina por dejar de impresionar a nuestros sentidos; en cambio un dibujo o ilustración tiene la posibilidad de salir de dicha realidad, y ofrecer mayores posibilidades de impacto visual y por lo tanto de quedar en la memoria del público.<sup>13</sup> Es decir que una imagen ilustrativa da la opción de intensificar el valor gráfico de la imagen.

Pero la imagen ilustrativa requiere tener algunas características especiales que logren llamar la atención del público meta.<sup>14</sup> Tales factores son los que están indicados en la *figura 56*.

70

1. La forma- Es uno de los elementos visuales que materializan o hacen visibles a los elementos conceptuales.<sup>15</sup> Esta puede presentar tres aspectos: formas abstractas (sin relación con algo conocido), formas naturales (representan cuerpos de la naturaleza), formas geométricas (pueden ser simples o compuestas: cuadrado, círculo, rectángulo y triángulo etc.)

Existe una clasificación de estas formas de acuerdo al grado en que pueden atraer la atención y recordarse.

1º Las formas geométricas

2º Las formas naturales

3º Las formas abstractas

Las formas geométricas por ser simples suelen ser mejor recordadas que las naturales; en cambio las abstractas, por ser complejas difícilmente permanecen en la mente de los receptores.<sup>16</sup>

Por lo tanto al emplear a la forma como elemento principal para captar la atención es necesario que ésta sea geométrica o que las imágenes tengan un esquema formal muy simple, casi geométrico.<sup>17</sup>

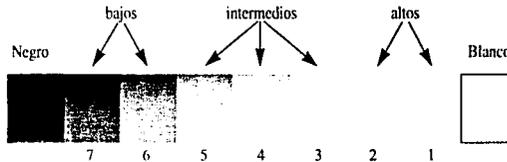
2. El tono - Es el valor de un color respecto a la cantidad que tenga de luz u oscuridad (cuando se habla de colores pigmento se refiere a la cantidad de blanco o negro que pueda tener).

Al diseñar es preferible utilizar pocos tonos.<sup>18</sup> *Figura 57*

### FACTORES QUE INTENSIFICAN EL VALOR GRÁFICO DE LA IMAGEN

1. La forma
2. El tono
3. El color
4. El contraste
5. El tamaño

56.



57. La escala Ross Pop es muy útil en diseño porque cuenta solamente con siete tonos perfectamente diferenciados, más el blanco y el negro. *Composición artística.*

<sup>13</sup>PARRAMÓN, *Publicidad técnica y práctica*, pág. 66

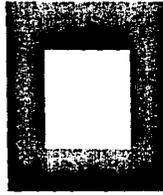
<sup>14</sup>*Ibidem*, pág. 41

<sup>15</sup>WONG WUCIUS, *Fundamentos del diseño bi y tri-dimensional*, pág. 11

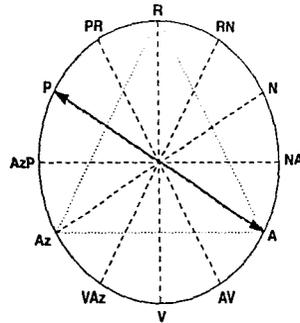
<sup>16</sup>PARRAMÓN, *op. cit.*, pág. 41-43

<sup>17</sup>*Ibidem*, pág. 47

<sup>18</sup>*Ibidem*, pág. 47, 48



58. Ejemplo de contraste de tonos.



59. Esquema del círculo cromático. En él se indican los colores primarios y su respectivo complementario. Principios del diseño en color.

3. El color - Es importante el uso de colores saturados. Para captar la atención mediante el color se requiere:<sup>19</sup>

1. Pintar con colores claros, luminosos
2. Pintar con colores planos
3. Pintar con pocos colores
4. Pintar con colores saturados

4. El contraste - Representa uno de los elementos principales para llamar la atención pues es capaz de sujetar el pensamiento por unos momentos.<sup>20</sup>

Existen varios tipos de contraste entre los que cabe destacar.

1. El contraste de tono
2. El contraste de color

El contraste de tono se obtiene con la yuxtaposición de dos tonos opuestos, es decir un tono claro junto a uno oscuro. *Figura 58*

El segundo se obtiene con la yuxtaposición de dos colores diferentes (opuestos en el círculo cromático) con tonalidades distintas. *Figura 59*

Dentro de la teoría del color existen dos fenómenos que influyen en la acentuación, equilibrio o suavización de tales contrastes. Estas leyes son las siguientes:<sup>21</sup>

a) *La ley de contrastes simultáneos*: Un color parece más claro entre más oscuro es el color que lo rodea. Por ejemplo, si un color amarillo se encuentra rodeado de un azul intenso, el amarillo parecerá más claro que si se encontrara entre un color azul cielo.

b) *La ley de contrastes sucesivos*: "Un color arroja sobre el color vecino su propio complementario".<sup>22</sup> Por ejemplo si una superficie de color violeta sirve como fondo de una figura roja, ésta se teñirá ligeramente de amarillo porque el color complementario del violeta es el amarillo. *Figura 58*

Al aplicar el color en el diseño e imágenes se requiere siempre tomar en cuenta estos conocimientos.

Tanto los colores como las formas poseen un cierto significado convencional en algunos grupos (sociales) cuyo origen se atribuye a esquemas psíquicos.<sup>23</sup> *Figura 79*

<sup>19</sup>Ibidem, pág. 52  
<sup>20</sup>Ibidem, pág. 52, 54  
<sup>21</sup>Ibidem, pág. 54-57  
<sup>22</sup>op. cit.  
<sup>23</sup>Ibidem, pág. 70

Los factores antes mencionados son necesarios para captar la atención del público; sin embargo éstos se refieren al nivel gráfico solamente. En cuanto al nivel conceptual, es importante mencionar que la imagen debe ser clara y de rápida comprensión; es decir que debe ser una **imagen-síntesis**. Los pasos clave para llegar a ella son los siguientes:<sup>24</sup>

1. pensar en una sola idea
2. desarrollar esa idea en una sola imagen
3. tener en mente una idea sencilla
4. ser sencillo al desarrollarla

La calidad de la imagen reside entonces en su simplicidad conceptual y técnica; pues lo contrario, desarrollar una imagen (de cualquier índole) sumamente elaborada y compleja representa un freno para que el público la comprenda (y cumpla con su objetivo comunicativo).

#### 4.2.1. El objeto principal

Es el referente, es decir, la especie en peligro de extinción de que se habla en cada tarjeta.

Dado que los elementos de la ilustración deben concordar con la composición general de la tarjeta, con el ambiente requerido por el carácter del mensaje y por último con su movimiento y expresión, la ilustración no debe tratar de actuar por sí sola, sino hacerlo con el conjunto compositivo del diseño.<sup>25</sup> cuyo desarrollo es el siguiente.

##### 4.2.1.1. Los principios de la composición en la ilustración de la tarjeta

Componer es seleccionar y ordenar los elementos de una imagen con cierto sentido de unidad y belleza, para que la idea que se pretende expresar logre comunicarse de manera más efectiva.<sup>26</sup>

No obstante que el ilustrador se ajusta en cierto modo a las formas y colores que la realidad le brinda, su tarea al componer no es copiar a aquella tal cual es, sino procurar un arreglo de elementos que expresen una situación y emoción intencional.<sup>27</sup> Los principios compositivos<sup>28</sup> son los que aparecen en la *figura 60*.

Para hacer más explícitos estos principios, a medida que los explico, presento su aplicación en cada imagen.

### PRINCIPIOS COMPOSITIVOS

1. La línea esquemática de la imagen
  2. Las formas que la componen
  3. El tono
  4. El color
2. Proporción
  3. Ritmo
  4. Equilibrio
  5. Destaque
  6. Contraste

<sup>24</sup>*Ibidem*, pág. 68-71

<sup>25</sup>ARNOLD EUGENE. *Técnicas de la ilustración*, pág. 15

<sup>26</sup>*Ibidem*, pág. 27

<sup>27</sup>*Ibidem*, pág. 28

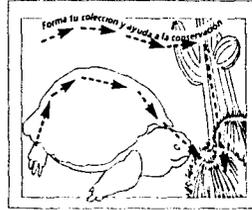
<sup>28</sup>DE S'AGARÓ J., *Composición artística*, pág. 35-62

## EL SEMIDESIERTO

61. Las imágenes representativas del desierto corresponden a un formato horizontal.

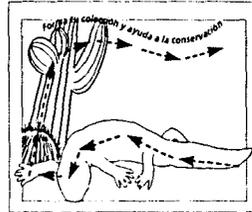
Para adecuar la composición de la tortuga ubiqué los elementos del fondo en una posición inclinada para acentuar el punto de vista del organismo respecto a su entorno.

La línea esquemática de la imagen es ondulada y armoniza con la del texto.



62. El mismo caso es para el monstruo de gila.

La posición inclinada del cactus une a las figuras principales con el texto. Dado que este organismo no es muy conocido, considero necesario representarlo completo; el diseño de la cola es su característica principal



63. Es diferente la representación del perrito de las praderas porque habita en espacios abiertos rodeados de vegetación del semidesierto por eso coloqué las montañas en tercer plano para simular profundidad. El recorrido visual es en forma de Z.

Nótese que en todas las imágenes deje fuera del límite de impresión una parte del organismo representado. Ya sea una pata, los cuernos, etc. Esto tiene el propósito de romper con la rigidez del marco (como lo hace el texto) y ayudar al destaque del referente.



<sup>9</sup>Ibidem, pág. 12

<sup>10</sup>ARNOLD, *op. cit.*, pág. 27.

<sup>11</sup>DE S'AGARÓ, *op. cit.*, pág. 13

### 1. Unidad y variedad

La unidad consiste en el manejo de un elemento de interés dominante y otros secundarios relacionados con el elemento principal ya sea por las líneas de la imagen, el tono, el color o un buen arreglo dentro del marco, para conseguir que ningún elemento resulte discordante y encontrar una forma de grupo bella.

La variedad se consigue mediante un cambio que evita la monotonía en la composición excesivamente unificada. Sin embargo, la variedad deberá darse en función de la unidad.

Es adecuado buscar que ambas cualidades aparezcan equilibradas en las imágenes para evitar que éstas resulten extravagantes.

La unidad y la variedad pueden lograrse mediante el manejo de los siguientes cuatro elementos:

1. La línea esquemática de la imagen
2. Las formas que componen la imagen
3. El tono
4. El color

#### 1. La línea esquemática de la imagen

Toda imagen contiene líneas ocultas que equivalen al esqueleto de la composición; y de acuerdo a su posición y ritmo serán capaces de producir sensaciones:<sup>9</sup>

"La base de toda expresión gráfica son las líneas y formas geométricas",<sup>10</sup> como las rectas, onduladas, en espiral, en radiación, en triángulo, cuadrado, o rectángulo, círculo y sus combinaciones. También las composiciones en forma de letras son muy usuales; por ejemplo la S, la Z, la L, los números o los signos de interrogación y admiración. *Figura 63*

La línea por sí misma tiene una gran capacidad expresiva y puede guiar la vista a un determinado lugar de la imagen.<sup>11</sup>

Este manejo de líneas produce la unidad en la imagen; la variedad de la misma dependerá de la relación de dichas líneas con aquellas que forman el marco.

## 2. Las formas que componen la imagen

El marco o referencia al marco es la forma que contiene un diseño, la superficie dentro del mismo es el área en la cual actúan los elementos que componen la imagen.

Tal referencia al marco no se remite exactamente a un marco real (porque éste formaría parte del diseño mismo), sino que puede ser el límite del medio impreso como los bordes de la tarjeta; el marco puede tener cualquier forma, aunque generalmente es rectangular,<sup>12</sup> y su forma tendrá influencia en la composición de la imagen. (Nótese en este caso que la referencia al marco corresponde al formato y éste, a su vez, pertenece a los "aspectos previamente determinados", de los que he hablado y a los que el diseñador se debe sujetar para realizar su trabajo).

En el caso del marco rectangular, las líneas verticales y horizontales son apropiadas en la composición por estar de acuerdo con la forma de aquél.<sup>14</sup>

Es importante considerar que entre las figuras del grupo, el contorno que éste forma y el marco, debe haber armonía.<sup>14</sup> Pues la composición se verá siempre más natural al no existir contradicciones entre el marco y la intención emotiva de la imagen. Un buen ejemplo es la *figura 63* en la que la forma vertical del objeto principal va de acuerdo con los bordes verticales del marco, y la horizontalidad de las montañas armoniza con los extremos horizontales y el texto.

## 3. El tono

El efecto de la unidad se logra con el cambio de valores tonales.

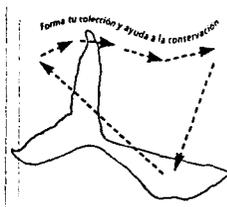
Si una imagen posee muchos elementos, variar las tonalidades de éstos redundará en el destaque de uno de ellos sin perder la unidad como cualidad preponderante.<sup>15</sup>

## 4. El color

Lo anterior ocurre también con el cambio del tinte o matiz en las formas que componen la imagen.

Estos cuatro elementos intervienen también en los demás principios compositivos.

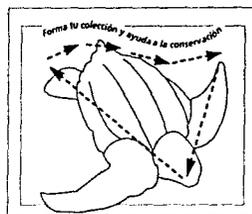
## EL AMBIENTE MARINO



64. Las fotografías elegidas corresponden al formato horizontal.

En este caso decidí no incluir elementos del ambiente y conservar solamente el degradado. En la fotografía la cola de la ballena está introduciéndose en el agua; el efecto de ésta se hizo con manchas marcadas sobre el fondo hecho en computadora.

El recorrido visual es un triángulo invertido.



65. Dado que las tortugas se desarrollan en la zona pelágica de los mares, decidí eliminar cualquier elemento de contexto marino. Esto unificará la imagen de las tres tarjetas. El no agregar elementos de fondo sugiere la inmensidad del océano. El contorno posterior de la tortuga armoniza con el texto.

El recorrido visual es un triángulo invertido.



66. El mismo caso es para la tortuga blanca; pero aquí el recorrido visual tiene forma elíptica.

<sup>12</sup>WONG, *op. cit.*, pág. 12

<sup>14</sup>DE S'AGARÓ, *op. cit.*, pág. 13

<sup>15</sup>*Ibidem*, pág. 19

<sup>16</sup>*op. cit.*

## EL BOSQUE TEMPLADO

Para este ecosistema utilizo ambos formatos.

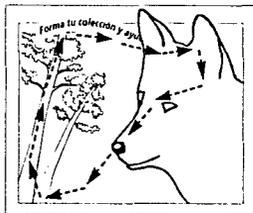
67. En el caso del águila y el venado, la composición debía ser vertical: aproveché esto para seguir el sentido de los pinos del bosque. Aquellos del horizonte los represento con líneas que simulan triángulos.

La cabeza del águila armoniza con la posición del texto; la verticalidad de los árboles ayuda a bajar la mirada al cuerpo del águila y éste a subir hasta la cabeza; por último, la orientación de la misma hace que el recorrido visual salga de la composición.

El recorrido visual es un triángulo invertido.



68. El caso del lobo es el mismo que el de los reptiles del desierto: el punto de vista del animal me dió la idea de representar a los pinos en perspectiva. Dibujé la base del tronco más ancha que la punta, en incliné la figura ligeramente. Este desequilibrio ayuda a dirigir la mirada hacia el texto, el cual al quedar interrumpido por las orejas del lobo hacen que su cabeza destaque y la mirada se detenga en la cara.

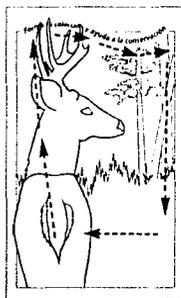


El recorrido visual tiene forma elíptica.

69. La figura vertical del venado cola blanca no es rígida.

Su pose equilibra el conjunto pues el peso visual de su cuerpo cargado a la izquierda se compensa con la dirección de su mirada. Los cuernos llevan la vista del lector hacia el texto, el cual al terminar se encuentra con la forma de los pinos que apoyan el ritmo de la imagen regresan la mirada del observador hacia la cabeza y cuerpo del animal. En este caso los cuernos se sobrepone al texto, y sin embargo no distorsionan su lectura, pero sí dan variedad a la composición.

El recorrido visual tiene forma cuadrada.



\*Ibidem, pág. 36

\*Ibidem, pág. 48

\*ARNOLD, *op. cit.*, pág. 27

\*DE S'AGARÓ, *op. cit.*, pág. 49

\*Ibidem, pág. 52

## 2. La proporción\*

Se refiere a la correspondencia lógica y visualmente agradable de las partes que componen un conjunto; su principio fundamental es: evitar que dos medidas sean exactamente iguales o excesivamente diferentes.

Existen varias reglas de la proporción en las que los artistas consciente o inconscientemente se han basado para la realización de sus obras; por ejemplo, las proporciones obtenidas de trazos derivados de una figura geométrica, la "serie Fibonacci", el principio de Vitruvio, o la Regla de Oro entre otras. En esta última (como ya mencioné), se basa la retícula principal de las tarjetas.

## 3. El ritmo

Este factor es el que motiva a la vista a recorrer la imagen dentro de su marco de manera fluida y sin obstáculos.<sup>17</sup>

Dado que la vista no se fija en un punto durante mucho tiempo, el arreglo de la ilustración le debe permitir avanzar en ella por entre los elementos que contenga, en etapas progresivas, hasta llegar al punto focal, y de éste a la salida o bien al punto de partida.<sup>18</sup> Esto da a la imagen fuerza emotiva. A ello se le llama "recorrido visual". En los ejemplos está marcado sobre cada una de las figuras con flechas.

El ritmo se logra cuando se controla la composición con el recorrido visual, su relación con las líneas esquemáticas de la imagen, así como con la referencia al marco y con el asunto; además de los valores y colores.<sup>19</sup> (Nótese que estoy hablando de los elementos que intervienen en la unidad y variedad).

## 4. El equilibrio

Es un principio que pertenece a nuestra naturaleza; cuando existe no lo percibimos, en cambio, "al ser violado experimentamos, automáticamente, una sensación de molestia y desagrado".<sup>20</sup>

De entre los varios tipos de equilibrio existentes son más evidentes los siguientes:

1. El equilibrio simétrico o formal
2. El equilibrio asimétrico o informal
1. El equilibrio simétrico o formal

Se manifiesta cuando en una imagen los elementos se colocan a ambos lados de un eje central; por tanto entre ellos existe la misma fuerza de atracción, lo cual da efecto de descanso y tranquilidad.

## 2. El equilibrio asimétrico o informal

A diferencia del anterior, en la imagen los elementos se encuentran a distancias distintas del centro, lo que provoca un efecto de desigualdad de pesos; pero que no causan sensación de malestar al observarlos.

De este tipo de equilibrio se pueden obtener más opciones compositivas de variación; pues el primero, por ser tan estable, llega a provocar aburrimiento al hacer a la imagen monótona.<sup>41</sup>

Quiero hacer notar que el equilibrio no se obtiene solamente con el manejo de las figuras, sino que en él intervienen también las líneas esquemáticas de la imagen, los elementos tonales, así como el color. Por ello es que algunos autores manejan términos como equilibrio de tono, o equilibrio de color, para reiterar la importancia de estos factores en la composición, siempre con el fin último de encontrar la estabilidad de la imagen.

## 5. Destaque<sup>42</sup>

Consiste en el dominio de un elemento por encima de todos los que forman la imagen; es el punto de interés de la composición.

Gracias a él la vista llega a la línea, forma o color más importante de toda la escena sin que le interrumpan elementos secundarios que compitan con el sujeto principal.

El destaque también da la impresión de orden, y la simplicidad es aquella que lo hace manifiesto, en ella se debe apoyar el diseñador para evitar la competencia de varios elementos en la imagen con el peligro de perder al objeto de mayor interés entre aquellos que no lo tienen. *Figura 70*

Cabe señalar nuevamente que este principio se logra al manejar uno o varios de los elementos de la unidad y variedad antes mencionados.

## 6. Contraste<sup>43</sup>

El contraste destaca la variedad, y consiste en hacer notar la importancia de los elementos que conforman la imagen, al aumentar su potencia y efecto.

El contraste no es un desacorde dentro de la armonía de la imagen, pues un desacorde equivaldría a lo que en música es desafinar.

Este principio es importante en la concepción de las imágenes, pues permite que los objetos que se requiere destacar aparezcan con más energía en su expresión dentro del conjunto.

## LA SELVA



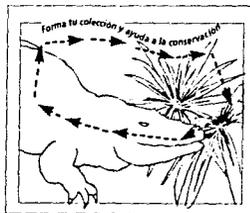
70. Los elementos del fondo son los mismos, en este caso no cambiaron de lugar pero tuve que eliminar algunos según la figura representada.

Lo que impresiona del jaguar es su piel y el tamaño de la cabeza; por eso elegí una fotografía de su escorzo. El texto queda tras la enorme cabeza lo que hace que sea una composición audaz y proporcione variedad a la colección. La lectura del texto se interrumpe; sin embargo, por ser de las pocas imágenes que lo invaden no se pierde el mensaje porque éste se repite en las demás tarjetas. El recorrido visual es circular.



71. La proporción real del tucán es mucho menor que la del cocodrilo y el jaguar; por lo tanto decidí representarlo completo. Dado que este organismo vive en los árboles, el punto de vista respecto al fondo no necesita variar.

El follaje del fondo armoniza con la posición del ave y ambos dirigen la mirada del receptor hacia el texto superior cuya curva inferior descansa en las plantas de la derecha. Esto hace que el recorrido visual tenga forma de Z.



72. En este caso fue necesario tomar solamente un encuadre del cocodrilo para acentuar su tamaño. En la imagen parece que el animal avanza hacia la derecha, lo cual respeta la forma de lectura convencional de izquierda a derecha; pero para que la vista no se escape del cuadro coloqué el follaje de la derecha cuyos centros conducen la mirada hacia el texto.

El recorrido visual es elíptico.

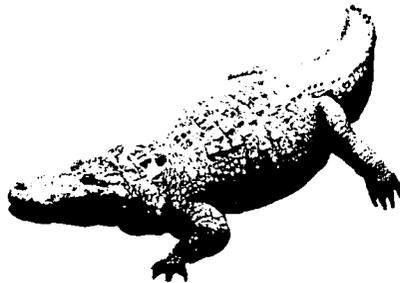
<sup>41</sup>ARNOLD, *op. cit.*, pág. 27

<sup>42</sup>DE S'AGARÓ, *op. cit.*, pág. 60

<sup>43</sup>Ibidem, pág. 62

## TÉCNICAS VISUALES A EMPLEAR EN EL FONDO<sup>44</sup>

FIGURA		FONDO
<b>Actividad</b> Representa o sugiere movimiento.	↔	<b>Pasividad</b> Refleja el reposo con representación estática por medio del equilibrio absoluto.
<b>Profusión</b> Refleja poder y riqueza, mediante adición de elementos embellecedores.	↔	<b>Economía</b> Refleja austeridad y sencillez mediante el orden de unidades mínimas y fundamentales en la composición.
<b>Complejidad</b> Exceso de elementos visuales elementales, lo que dificulta la asimilación del significado.	↔	<b>Simplicidad</b> Proyecta a la forma de manera ordenada, directa y simple.



74. En esta primera fotocopia se recorta la figura cuidadosamente con tijeras para excluirla de su contexto.

<sup>44</sup>DONDIS, *op. cit.*, pág. 133, 135, 138

Las imágenes que propongo para el anverso de las tarjetas poseen **unidad**, pues en ellas utilizo las mismas bases de diseño: el argumento específico de venta siempre se ubica en la parte superior, el color que empleo en todas tiene el mismo tratamiento de degradado, las figuras del fondo están resueltas de la misma forma y su posición no cambia mucho.

La **variedad** en el diseño de la colección consiste en el empleo de los formatos horizontal y vertical, la frase del argumento específico de venta cambia su color respecto al del fondo de cada bioma, pero esta cualidad se encuentra sobre todo en el objeto principal, pues varío sus tamaños y encuadres y también rompo con la rigidez del marco al dejar fuera del mismo una parte de cada imagen representada; también la intervención de éstas sobre el texto hace que la imagen destaque y evitan la monotonía en el conjunto coleccionable.

Una vez que se tiene determinada la composición de cada escena, toca el turno a la aplicación de las técnicas visuales que desde el primer capítulo propuse. Estos elementos formales quedan perfectamente representados con la técnica gráfica que utilizo en el trabajo. A continuación explico su desarrollo.

### 4.2.1.2. La técnica gráfica aplicada al objeto principal

El contraste fue uno de los elementos formales en los que más me apoyé para la concepción del proyecto gráfico; ya desde el primer capítulo indiqué las técnicas visuales a emplear: actividad, profusión y complejidad, que junto con el color hacen que la figura destaque del fondo, en el cual ocupo las técnicas contrarias a aquéllas. *Figura 73*

#### Técnica de "scratch fotostático" en albanene:

Esta técnica representa perfectamente a la complejidad, profusión y actividad porque permite manejar texturas que sirven tanto para imitar la piel del animal, o bien hacer juegos que acentúan el aspecto de la misma.

Su aplicación es la siguiente:

1. Se selecciona una fotografía a color o en blanco y negro que tenga el suficiente contraste para poder fotocopiarla.
2. Sugiero que en esta primera fotocopia se recorte a la especie para extraerla del ambiente y también se decida el tamaño en el que se trabajará el original pues esto ayuda a evitar ampliaciones y reducciones innecesarias y correr el riesgo de que en cada salida se pierda calidad en la imagen. *Figura 74*

Es importante investigar si en los lugares donde se hará el fotocopiado se pueden obtener copias en acetato y sus tamaños, pues sobre estos últimos se realiza el original. En un principio había planeado hacer los originales en tamaño doble carta; sin embargo debí cambiarlo porque las copiatoras solamente me ofrecían acetatos tamaño carta, y en el mejor de los casos oficio. Entonces decidí hacer los originales en un tamaño menor a carta.

3. Una vez recortado el objeto, se vuelve a fotocopiar, pero esta vez en papel albanene; es recomendable pedir que se aumente el tonner de la máquina para obtener una imagen con mayores áreas oscuras, pues son éstas las que se aprovechan mejor en esta técnica.

4. Sobre el papel albanene se textura al individuo con un cutter. Conviene que el achurado quede uniforme y trazado con líneas gruesas para que resistan la reducción a la que se somete el original al llevarlo a la impresión.

Durante la aplicación de esta técnica es importante tener la fotografía original del ejemplar mientras se trabaja, pues ésta sirve como referencia objetiva en el momento de dar el tratamiento de esgrafiado, con el que se hace una síntesis de la textura de la piel del animal, o bien se interpreta ésta con achurados de diversa índole cuya aplicación no está limitada. *Figuras 75 - 77* nótese que también utilicé estilógrafo en esta solución. Esto fue para corregir fallas de fotocopiado, aumentar calidad de claroscuro, o bien, añadir partes que se perdieron en la primera fotocopia.

5. Una vez que se ha texturado la imagen, es correcto hacerle una reducción en blanco y negro al tamaño final, y revisar si el trabajo de textura se conserva. En caso de perderse, es necesario corregir el original hecho en papel albanene hasta obtener resultados óptimos en la reducción de fotocopia.

#### **Técnica de acrílico en acetato:**

Después de aplicar el esgrafiado sobre el papel albanene, se hace una nueva fotocopia, pero esta vez en acetato.

1. Se comienza a pintar con acrílico sobre el acetato de manera que la pintura quede sobre el tonner de la fotocopia, con el objeto de que el frente de la ilustración sea la parte "limpia" del acetato; es por ello que, la imagen final queda en sentido contrario al de la original. Este aspecto debe tomarse muy en cuenta en el momento de la composición. *Figura 78*

Cabe mencionar que antes de planear la distribución de los elementos del fondo en la composición fue necesario tener seleccionadas las fotografías de cada individuo, sus proporciones entre sí y la ya citada inversión de la imagen.



75. Acentué las manchas del jaguar con líneas trazadas con el cutter sobre aquellas, o marcadas con estilógrafo para agrandar las áreas oscuras y darle mayor calidad de claroscuro.

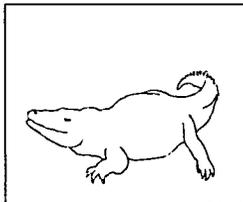


76. Hice una simulación del pelo del lobo solamente con líneas curvas. Cuidé el sentido que tiene el nacimiento del mismo.

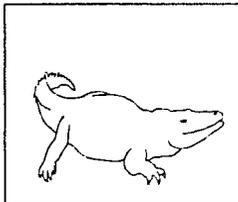


77. Las plumas del tucán también quedaron como líneas curvas. El brillo de las mismas se representa al achurar y dejar menos espacio entre líneas.

Esto ejemplifica el proceso de destilación de la textura del animal que parte de una representación fotográfica y lleva a una interpretación muy personal.



78. El original tiene un sentido



La fotocopia en acetato queda invertida.

Ésta es la técnica que requiere mayor cuidado porque todo se debe pensar "al revés"; como ya dije, la figura final queda en dirección contraria a la del original, pero lo más importante es que no es una técnica del todo corregible porque aquello que se pinte en un principio quedará adherido al acetato y será precisamente lo primero que se notará.

2. En primer lugar se aplican las altas luces. Con un pincel muy fino se pinta el blanco de los brillos y las tonalidades que más se le acercan.

Este paso requiere paciencia y visualización para identificar cuáles son los lugares que necesitan mayor aplicación de luces y en cuáles se pueden omitir.

3. Después de las altas luces toca el turno a las áreas grandes. Este paso se solucionó con acrílico aplicado con aerógrafo pues la calidad que este instrumento proporciona no se puede obtener con pinceles.

En primer lugar se enmascarilla el acetato con papel celofán adherido con spray mount para que el color no rebasa el contorno de la imagen y ésta quede perfectamente delimitada.

Al aplicar el color conviene tomar la referencia de la fotografía original; sin embargo hay que considerar el color del fondo para lograr el destaque del objeto principal. En mis ilustraciones apliqué tonos que contrastaran o fueran más claros que el fondo, pero siempre basados en la referencia gráfica original.

Generalmente el color de los animales es similar al de su hábitat; por ejemplo para la ballena o el monstruo de gila, fue necesario mantener el matiz empleado para el fondo y variar solamente la brillantez. En otros de los casos como el de la tortuga del desierto, me tomé la libertad de cambiar el color del sujeto y procuré evitar que el contraste se tornara caótico.<sup>45</sup>

A diferencia de la aplicación de las altas luces, colorear las áreas de mayor tamaño toma poco tiempo, si se cuida la consistencia de la pintura.

4. Dado que el acrílico aplicado con aerógrafo queda transparente, después de colorear toda la imagen, es necesario agregar una plasta blanca sobre la figura para evitar que sus matices se confundan con el color del fondo. Por ser blanca esta última capa, los colores adquieren mayor brillantez. Hice esta plasta con papel blanco y la adherí a la figura con spray mount.

<sup>45</sup>CHUIIWA HIDEAKI, *Color Harmony a Guide to Creative Color Combinations*, pág. 138-140

#### 4.2.2. El fondo

La composición de los elementos del fondo se basa en la misma retícula de segmentos áureos indicada en la *figura 46*. En él empleo las técnicas visuales: pasividad, economía y simplicidad.

Las figuras del fondo son elementos del paisaje, y sobre todo de la vegetación existente en el hábitat del individuo representado; y por haber clasificado a las especies en cuatro ecosistemas, el fondo que identifica a cada uno se repite tres veces en la serie de tarjetas. *Figuras 61 a 72*

Usé un color distinto para cada hábitat, con la finalidad de diferenciarlos claramente *figura 79*. Dado que decidí emplear los mismos colores del reverso, agregué en el cuadro los porcentajes para la selección de color de cada ecosistema.

El tamaño de los originales de la ilustración es de 17 x 24 cm (menor al tamaño carta). Es más cómodo trabajar con imágenes más grandes que el producto final, pues al momento de reducirlas dan mayor calidad a la ilustración; aunque se puede caer en el error de detallar demasiado sin resultados positivos pues al hacer la reducción e impresión mucho de ese trabajo se puede perder.

##### 4.2.2.1. La técnica gráfica aplicada al fondo

###### *Síntesis de figuras*

1. Busqué fotografías de elementos representativos de cada ecosistema. *Figura 80*
2. A éstas les hice ampliaciones en fotocopia al 200% para trabajarlas con mayor comodidad.
3. Coloqué papel albanense sobre cada elemento representativo y calqué su contorno y elementos esenciales; e incluso completé partes que faltaban. Es decir que hice una síntesis de cada imagen elegida. Este proceso es sencillo; pero es muy importante pues al tiempo que se simplifica la figura, también se extrae de su contexto; y se geometriza, lo cual deja a las formas naturales dentro del tipo de clasificación de elementos con mayor recordación después de los geométricos. *Figura 81*
4. Sobre la retícula ampliada al 200% del resultado final, puse un papel albanense y en él volví a calcar los elementos. Dado que cada imagen del fondo sirve para representar a tres especies, su composición se adecuó a las

ECOSISTEMA	COLOR	SIGNIFICADO	CMYK*
Semidesierto	naranja	Color cálido; intensidad de las altas temperaturas.	M 60 Y 94
Ambiente marino	azul	Color frío; representa al cielo o al mar.	C 100 M 8 K 6
Bosque templado	azul verde	Color frío; sugiere la baja temperatura y la calma del bosque.	C 100 Y 47 K 15
Selva	verde	Color frío; remite a la fertilidad de la selva.	C 76 Y 91

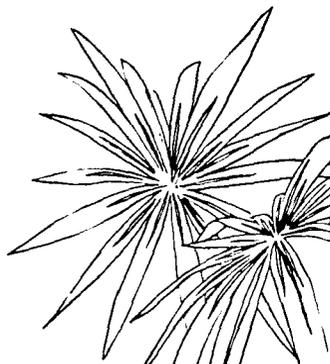
79. El significado de los colores a emplear en cada ecosistema y su porcentaje a utilizar en la selección de color. La C significa Cyan; la M, Magenta; la Y, amarillo (Yellow); y la K, negro (black)

*Color Harmony.*

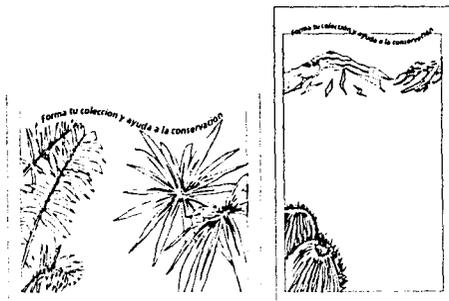


80. Planta de la selva.  
*Unidos para la Conservación/Ford*, calendario 1993.

\* *Pantone Process Color Simulator 1000.*



81. Sobre papel albanene hice la síntesis de la figura, para obedecer a la técnica gráfica de la simplicidad. Este tipo de representación de formas naturales pertenece a la clasificación de imágenes que pueden recordarse con mayor facilidad.



82. Después de transferir la imagen en papel mantequilla o albanene, ésta se escanea o digitaliza para comenzar el trabajo de color en la computadora.

tres figuras; por lo tanto, al transferir la flora, fue necesario tener la mano las imágenes de los individuos, para considerar la relación que en la composición tendrían la fauna, la flora y el argumento específico de venta juntos.

*Figuras 61 a 72*

5. Una vez que ubiqué la posición de las figuras del fondo, transferí los elementos con línea negra sobre una hoja de papel mantequilla.
6. Después de haber transferido todos los elementos del fondo, los digitalicé para llevarlos al programa Illustrator 6.0 *Figura 82* y así ajustarlos en su espacio reservado para el frente de cada ecosistema.

Como su nombre lo indica, este programa se utiliza para crear ilustraciones, pues sus herramientas permiten dibujar y también manipular imágenes previamente digitalizadas y vectorizadas.

7. Indiqué en cada dibujo que la línea es blanca.
8. Al texto le marqué el color que llevará, éste también se indica como CMYK.
9. Se exportan la imagen y el texto como EPS (Encapsulado Post Script).

#### *Solución del fondo con el programa Photoshop 3.0 de Macintosh*

Este programa se emplea para retocar fotografías o ilustraciones digitalizadas. De las múltiples soluciones técnicas que se obtienen están los degradados.

Dado que en un principio decidí aplicar la técnica visual de la pasividad en la elaboración del fondo, me pareció útil emplearla en el color. Es así como éste será de un mismo matiz, pero se degradará a blanco de abajo hacia arriba para dar la sensación de profundidad en el espacio.

A continuación explicaré cómo elaboré los degradados (seguí los mismos pasos para cada original), con el fin de que al imprimirlos en offset, el efecto sea nítido y además cada encapsulado ocupe poca memoria.

1. Se forma un documento cuyo tamaño corresponda al del tamaño del área de color del frente de la tarjeta 16.5 x 11 cm.
2. Para colorear el fondo esfumado se crea un gradiente.
3. En la paleta de colores se indica el porcentaje de color que tendrá en (CMYK), y que terminará en blanco. *Figura 83*
4. Cada esfumado se exporta como EPS.

Decidí utilizar este programa para la solución de los degradados del fondo por dos causas: la primera fue que tuve dificultades para elaborarlos con aerógrafo, y la segunda se debió a que preferí emplear los mismos colores que utilicé en el reverso de las tarjetas; y el haberlos trabajado con aerógrafo hubiera provocado cierta variación de matiz lo cual no habría favorecido la unidad en el diseño de cada tarjeta.

Para concluir con la formación de los originales ilustrativos, a cada una de las figuras principales le retiré el papel celofán que protegí el acetato. Hice el escaneo de las mismas y las exporté también como EPS.

Realicé la formación de los originales completos de las tarjetas en el programa Page Maker 6.0 de Macintosh.

82

En un buró de pre prensa digital ordené imprimir los dummies o maquetas en sublimación de tinta. El resultado es una prueba parecida a un cromalín, con la ventaja de que no se necesita obtener negativos para realizarla. Es un sistema de impresión confiable.

A pesar de ser caro, este proceso de impresión ofrece mucha calidad y veracidad respecto al resultado final, aspectos importantes en la presentación de un diseño.

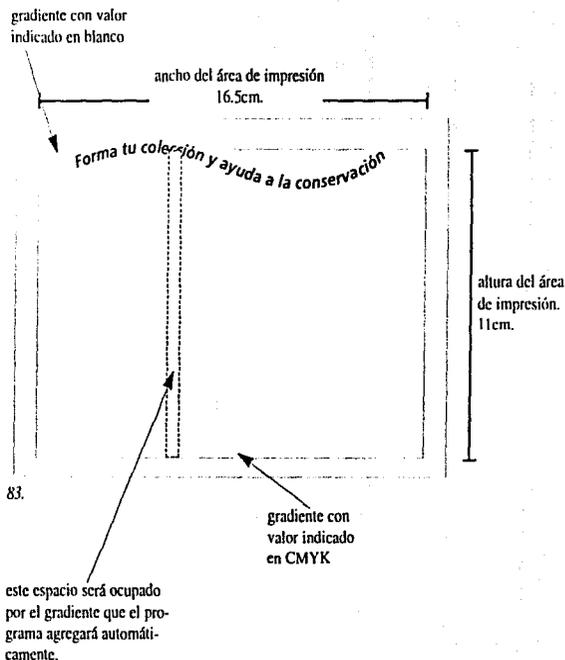
Elegí además este tipo de impresión porque había intentado hacer un tiraje corto de 10 impresiones de cada tarjeta en un sistema llamado Offset digital, el cual se elabora también sin negativos en una impresora cuya salida es similar a la de una copiadora a color. Este sistema también proporcionan cierta calidad; sin embargo no logró registrar el degradado con la nitidez que requiero; y por consiguiente lo descarté.

La aplicación correcta de la técnica empleada, cualquiera que sea, proporciona un alto grado de calidad a las imágenes diseñadas, cuya conceptualización, composición y representación son de suma importancia para lograr el objetivo final: comunicar un mensaje determinado al receptor.

Presento el resultado de este trabajo en las imágenes de las páginas siguientes. Son reducciones de la impresión que acabo de mencionar.

Con la realización de este proyecto; a través de la investigación y el análisis me permito expresar lo siguiente:

La tarea integral del comunicador gráfico no obstante la especialidad en que se desempeñe, consiste en visualizar el medio de comunicación



que mejor se adapte a las necesidades del solicitante, así como identificar los problemas tanto técnicos como legales que pudieran presentarse y prevenirlos o, en su caso, resolverlos conforme acontecen; conocer el mercado dentro del cual se desarrollará el producto, y con base en éste analizar y proponer el diseño óptimo, conocer las técnicas gráficas más adecuadas para resolverlo de la mejor manera, considerando siempre los recursos tanto técnicos como económicos con que cuenta el cliente, y que serán los que finalmente harán que el proyecto siga adelante o se detenga.

La presente tesis demuestra lo anterior, pues a pesar de estar enfocada a la ilustración, tuve la necesidad de investigar más, incluso sobre temas poco relacionados con la labor de diseñadora, como el caso de los animales cuyo estudio ayudó a obtener imágenes diversas de los individuos y de su hábitat, y así tener la ventaja de completar el valor informativo de la tarjeta (el medio) con textos que amplían la información y que a la vez proponen a la población urbana de jóvenes una manera de evitar la extinción de las especies animales mexicanas en peligro, de las que tenemos mucho que aprender.



## Ursus arctos

El cazador valiente, llega a  
 r presas de  
 de kg, de  
 como zorros y  
 pequeños  
 s, caballos o  
 llustras, también  
 ama de lobos,  
 s y serpientes.

Es difícil la caza en estado  
 silvestre, en cambio el ataque de picada  
 es eficaz.

poca capacidad reproductora  
 hembras ponen dos huevos de  
 rápidamente llegan a morir  
 crías. Frecuentemente las aves  
 tiran del nido a la más débil.

### ¿Dónde vive?

**H**abitaba en los bosques de coníferas  
 y de encino en las vertientes  
 montañosas abruptas y  
 solitarias, los acantilados  
 costeros o las llanuras.  
 Se encuentra  
 en la región  
 norte del país.

### ¿Dónde se encuentra?

**H**oy día se encuentra en  
 los bosques que cavaban para cetrería.  
 Por la destrucción directa de nidos y  
 el abandono de éstos causado por el  
 turismo y la construcción de carreteras.

### ¿Dónde se compra?

**H**oy día se compra en  
 los mercados clandestinos.



ESPECIE EN PELIGRO DE EXTINCIÓN  
 Este grupo de aves se encuentra en  
 los bosques de coníferas y de encino.

grupo asociativo
grupo distribuido
código de barras

Derechos reservados: Víctor García Barco

## Canis lupus

**F**orma grupos con una  
 organización social  
 establecida por  
 jerarquías y quien  
 domina es el macho.  
 Marca su territorio con  
 orines.

Es el cánido más grande del  
 Continente Americano.

Se alimenta de venados, pecaríes,  
 liebres, conejos, ardillas, ratones, todos  
 ellos viejos, débiles y enfermos.

Cuando están en época de celo acendian  
 las vocalizaciones. Las parejas son fieles.

La camada es de tres a seis crías.  
 Nacen ciegos y sordos, son lactantes  
 durante dos meses y permanecen con  
 los padres hasta los dos años.

### ¿Dónde vive?

**H**abitaba en el bosque templado y  
 llanuras.  
 Es probable que ya no exista  
 en estado silvestre.

### ¿Dónde se encuentra?

**H**oy día se encuentra en  
 algunas zonas de bosque templado  
 y llanuras.

### ¿Dónde se compra?

**H**oy día se compra en  
 los mercados clandestinos.  
 Actualmente se encuentra en  
 zoológicos solamente y será muy difícil  
 recuperarlo pues existen treinta  
 ejemplares al máximo.



ESPECIE EN PELIGRO DE EXTINCIÓN  
 Este grupo de aves se encuentra en  
 los bosques de coníferas y de encino.

grupo asociativo
grupo distribuido
código de barras

Derechos reservados: Víctor García Barco



Forma tu colección y ayuda a la conservación



## Caricla esta especie

En los últimos años los machos mudan sus cuernos, pero los machos prefieren los espacios abiertos. Se le puede encontrar en el norte y sureste de México.

¿Dónde vive?

**L**ive en los bosques, pero prefiere los espacios abiertos. Se le puede encontrar en el norte y sureste de México.



CONSEJO NACIONAL DE LA CIBOLA DE LA CONSERVACION DE LA FAUNA Y LA FLORA

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diente y Escamero Naturaleza Barro

Los machos mudan sus cuernos, pero los machos prefieren los espacios abiertos. Se le puede encontrar en el norte y sureste de México.

¿Dónde vive?

**L**ive en los bosques, pero prefiere los espacios abiertos. Se le puede encontrar en el norte y sureste de México.

¿Dónde vive?

**L**ive en los bosques, pero prefiere los espacios abiertos. Se le puede encontrar en el norte y sureste de México.

No lo adquieras como mascota

## Caricla esta especie

**E**mite un sonido parecido al de un ladrido para indicar que algún enemigo está cerca, por eso se le llama así.

Los núcleos familiares se componen generalmente por un macho adulto, tres hembras y varios individuos jóvenes.

Para reconocerse entre miembros de familia se besan, lo cual evita agresiones entre ellos y en caso de desconocerse se pelean.

Las hembras paren una camada de cuatro crías en promedio por año.



CONSEJO NACIONAL DE LA CIBOLA DE LA CONSERVACION DE LA FAUNA Y LA FLORA

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diente y Escamero Naturaleza Barro

¿Dónde vive?

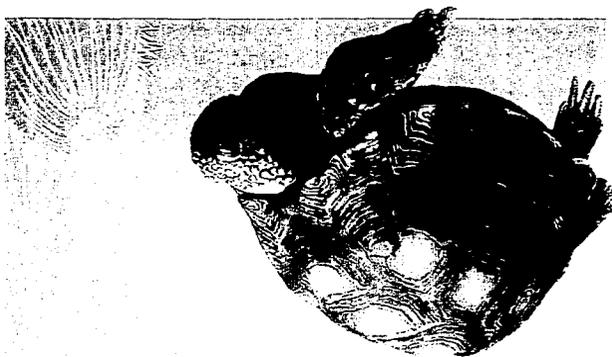
**S**u hábitat se encuentra solamente en la zona del semidesierto. Es endémico del norte de la República Mexicana.

¿Dónde vive?

**S**u hábitat se encuentra solamente en la zona del semidesierto. Es endémico del norte de la República Mexicana.

¿Dónde vive?

**E**mite un sonido parecido al de un ladrido para indicar que algún enemigo está cerca, por eso se le llama así.



MONSTRUOS DE GILA

## Tortuga del elefante



EN EL TORNO DE LA COLECCION  
CONTRIBUYA A LA CONSERVACION  
DE LAS ESPECIES EN PELIGRO DE EXTINCION

**G**arzo de dientes y sus mandíbulas poseen bordes filosos en forma de pico que le sirven para sustituir a aquéllos.

**¿en dónde vive?**  
**H**abita en regiones áridas. Se distribuye principalmente en el noroeste de la República Mexicana.

Con las uñas excava su madriguera para refugiarse. Frente al enemigo, retrae los miembros y queda dentro del caparazón.

Se alimenta de nopalos y cactus. En invierno no come y entra en letargo.

Pone de 2 a 12 huevos de forma elíptica y cáscara blanca.

Una vez que deposita los huevos, no se ocupa más de ellos.

**¿en qué se distingue?**  
**P**orque su carne es comestible. Por su venta ilegal, y también la destrucción del hábitat causada por la extensión de los campos de cultivo y del ganado.  
**¿qué podemos hacer?**  
**E**vita adquirirla como mascota o comprar algún producto elaborado con sus restos.

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diseño e Ilustración: Yadhira Cecilia Barro



MONSTRUOS DE GILA

## Monstruo de Gila



EN EL TORNO DE LA COLECCION  
CONTRIBUYA A LA CONSERVACION  
DE LAS ESPECIES EN PELIGRO DE EXTINCION

**J**unto con el Escorpión representan a los dos únicos saurios venenosos del mundo.

**¿en dónde vive?**  
**H**abita en el semidesierto. Se distribuye en el noroeste de la República Mexicana.

Es poco probable que muerda a una persona porque es muy lento, a menos que se le moleste con insistencia.

Su alimentación se compone de insectos, aves, mamíferos pequeños, y reptiles.

Para capturar a sus presas la muerde y su veneno penetra en la herida por capilaridad, lo cual causa parálisis en el aparato respiratorio y en el corazón, lo que les provoca la muerte.

**¿en qué se distingue?**  
**P**orque es venenoso y las personas piensan que es muy peligroso, por eso lo persiguen y matan.  
**¿qué podemos hacer?**  
**E**vita adquirirlo como mascota.

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diseño e Ilustración: Yadhira Cecilia Barro



## Tortuga Galapagos

Es la más grande de las marnas. Mide hasta 40 m. de longitud y a pesar de su edad no nada.

El macho no tiene en la estructura de concha las demás tortugas, sino que el borde de concha es alargado y tiene crestas longitudinales.

Los miembros sus aletas muy potentes y sus miembros son más largas.

Se desarrolla en el océano y se acerca a la playa para desovar.

Se entierra en la arena un hueco en el que deposita 80 huevos aproximadamente.

**H**abitante en los mares tropicales. Se le ha llegado a ver en las costas orientales de la República Mexicana.

**P**rohibido por la contaminación de las playas. Por la venta ilegal de huevos de tortuga.

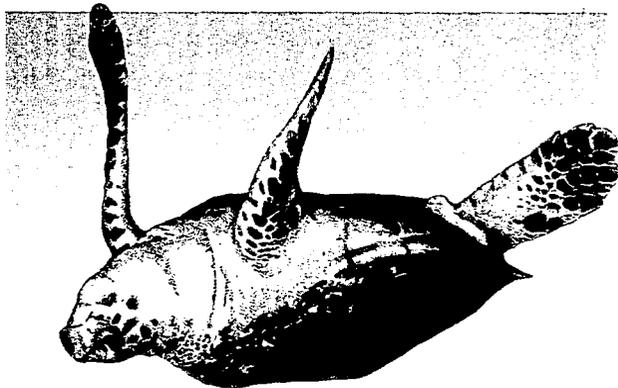
**E**vita comprar huevos de tortuga. Si visitas alguna playa evita tirar basura.



EN LA COPPELA DE LA EXTINCION CON LOS MIENTOS Y LA COMERCIALIZACION DE LAS TORTUGAS VIVIENTES EN RESERVA

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diseño e Ilustración Yachay Cecilia Buzze



## Tortuga Leona

## Tortuga Leona

**E**sta tortuga no es muy grande, pero su talla alcanza un poco más de un metro de longitud.

Su cuello es corto y poco retráctil. Las aletas anteriores son largas y aplanadas y tienen una uña. Usa las aletas posteriores como timón.

Se alimenta de algas marinas, crustáceos y moluscos. Vive solitaria gran parte del año, excepto en época de reproducción que es cuando se acerca a las playas.

Con las aletas posteriores excava un agujero en el que deposita de 120 a 180 huevos blancos y esféricos. El tiempo de incubación dura dos meses aproximadamente.

**H**abitante en los mares tropicales, y se le ha llegado a ver en playas del oriente y sureste de la República Mexicana.

**P**rohibido por la venta ilegal de sus huevos. Por la pesca accidental. Porque no se respetan los periodos de veda.

**E**vita comprar huevos de tortuga o artículos de lujo hechos con sus restos.



EN LA COPPELA DE LA EXTINCION CON LOS MIENTOS Y LA COMERCIALIZACION DE LAS TORTUGAS VIVIENTES EN RESERVA

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diseño e Ilustración Yachay Cecilia Buzze



FORMA DE LA CONSERVACIÓN

## Forma de vida

**S**u pico muda aproximadamente la mitad de su cuerpo. Es muy ligero y tiene colores llamativos.

Vive en comunidades compuestas por algunas familias.  
Anida en el interior de los árboles.

Su alimentación es variada; está basada en frutas silvestres, insectos, larvas, lagartijas y culebras pequeñas.

Ponen de 2 a 3 huevos cuya incubación es de 17 a 20 días. Los polluelos nacen entre los meses de mayo y junio.

La hembra y el macho participan en la alimentación de las crías cuyo desarrollo es muy lento; abandonan el nido a las ocho o nueve semanas de nacidas.

### Habitat y distribución

**H**abita en el bosque tropical. Se le encuentra en las orillas de los ríos, lagos y lagunas de vegetación exuberante. Vive en el sureste de México.

### Factores de riesgo de extinción

**P**or la modificación de su entorno debido a la agricultura extensiva, el uso de insecticidas y pesticidas y su comercio como ave exótica.

### Medidas de conservación

**E**sta ave se compra como ave de ornato.



Este código de barras contiene información sobre la conservación de las especies silvestres en México.

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diseño e Ilustración: Yabira Corral Buitrago



FORMA DE LA CONSERVACIÓN

## Forma de vida

**E**ste maniífero llega a medir 16 metros de longitud y a pesar hasta 37 toneladas.

Su cabeza corresponde a la quinta parte del largo total de su cuerpo y tiene de dos a cuatro pliegues en la garganta.

Pertenece al grupo de los misticetos, esto significa que en lugar de dientes tiene barbas que le sirven para filtrar el fondo del mar y poder alimentarse de cangrejos principalmente.

Cada año recorre 20,000 km desde los mares de Alaska hasta las costas y lagunas de Baja California en donde nacen sus crías entre los meses de noviembre y marzo.

### Habitat y distribución

**P** durante el verano en los mares de Chuckchi y Bering en Alaska, y en el invierno llega al Noroeste de México.

### Factores de riesgo de extinción

**P**orque su carne, grasa y huesos son muy preciados en el mercado.

### Medidas de conservación

**S**i visitas los lugares en donde se pueden ver de cerca, acata las normas por tu seguridad y para evitar asustarlas.



Este código de barras contiene información sobre la conservación de las especies silvestres en México.

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diseño e Ilustración: Yabira Corral Buitrago



Logo de la especie en peligro de extinción



EN LA COMPAÑIA DE SU CONSERVACION  
CONSERVAREMOS LA CONSERVACION  
DE LOS ESPERADOS ANTECEDENTES EN EL MUNDO

El hocico corto y amplio  
da dentario  
y largos  
dorsales.

**A** Actualmente habita en la selva, y  
solamente se encuentra en el sureste  
de la República Mexicana.

Las manchas  
son  
sin manchas de  
las retorcidas.

Es el felino de mayor  
centinente americano.  
ador.

La hembra tiene más actividad  
a

La caza consiste en aves, peces,  
cochinos o vacas, y además  
patas y frutos maduros.

El macho se reúne en pareja sólo en  
lo. La gestación dura tres  
en (de dos a cuatro) crías.

**A** Evita comprar artículos hechos con  
su piel.  
Evita practicar la cacería.

**A** Evita comprar artículos hechos con  
su piel.  
Evita practicar la cacería.

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diente e ilustración, Yashua Cecilia Barrón



Logo de la especie en peligro de extinción



EN LA COMPAÑIA DE SU CONSERVACION  
CONSERVAREMOS LA CONSERVACION  
DE LOS ESPERADOS ANTECEDENTES EN EL MUNDO

**A** Tiene la piel gruesa y cubierta  
con escudos  
cuadrangulares.  
Sus ojos tienen  
pupilas verticales y  
tres párpados y usa uno  
de ellos para ver bajo el  
agua.

Por ser de sangre fría, tiene que  
permanecer largo rato con la boca  
abierta para regular su temperatura.

En su territorio construye cuevas con  
la entrada bajo el agua.

Se alimenta de peces, tortugas, aves  
acuáticas y mamíferos.  
La hembra llega a poner de 20 a 40  
huevos de cáscara blanca, lisa y dura.

La incubación dura de 75 a 80 días.  
El cuidado del nido es muy estricto.

**V** Vive en el bosque tropical.  
Prefiere los pantanos y arroyos de  
poca corriente.  
Se encuentra en el sureste de  
la República Mexicana.

**A** Por el deterioro de su hábitat.  
Por la caza clandestina para tráfico de  
pieles con el objeto de fabricar artículos  
de lujo.

**A** Evita comprar artículos fabricados  
con su piel.  
Evita adquirirlo como mascota.

logotipo asociación
logotipo distribuidor
código de barras

Diente e ilustración, Yashua Cecilia Barrón

## CONCLUSIONES

85

Existen varios medios de comunicación cuya cotidianidad nos impide darles el valor que merecen. Entre ellos podemos mencionar a las tarjetas.

En casi todo tipo de tienda, sobre todo papelerías o de regalos encontramos tarjetas postales o de felicitación. Este medio de comunicación es muy empleado sobre todo entre los jóvenes. Considero que al estar ellas presentes en nuestro contexto social, significa que tienen un valor tanto histórico como comunicativo.

Sean tarjetas postales o de felicitación, reflejan parte de la realidad del lugar donde provienen y ello me pareció importante para realizar un breve estudio histórico sobre su uso e importancia.

Si bien la tarjeta ilustrada no tiene un origen definido, se sabe de la existencia de tarjetas abiertas en el siglo XVIII que la burguesía italiana de la época utilizaba para intercambiarse saludos y felicitaciones.

Un siglo después, en Alemania surge el inicio de la tarjeta postal. Su presencia se abrió al mundo a partir de la firma de la Unión Postal Universal en 1874, a la cual México se incorporó en 1878.

Posteriormente surge la tarjeta postal ilustrada. Uno de sus lugares de origen son los campos de batalla en donde nacieron tarjetas ilustradas de carácter patriótico.

Surgieron entonces tarjetas ilustradas con temas que conmemoraban sucesos importantes de las naciones.

Los datos históricos que presento en el primer capítulo de la tesis demuestran que las tarjetas se han empleado como un medio de expresión de los sentimientos de quienes las envían; así como para promover o conmemorar hechos importantes de la vida de un país. Es así como afirmo que las tarjetas ilustradas, por medio de sus imágenes reflejan positivamente el contexto de una nación, y por medio de su mensaje escrito, las vivencias particulares de quien las envía. Es decir que la tarjeta ilustrada en cuanto a su función tiene dos valores:

*a) comunicativo*

*b) histórico*

De tal modo que las tarjetas se siguen utilizando en la actualidad. El hecho de que muchas tiendas las expendan lo demuestra; tienen temas completamente variados como paisajes turísticos, obras de arte, temas humorísticos, religiosos, eróticos, de animales en peligro de extinción, entre otros.

Este último tópico es sobre el cual gira el desarrollo de la tesis. Como lo dije anteriormente, mi interés por el mismo surgió del trato con personas preocupadas por las especies en peligro y del contacto directo con la naturaleza. Ello aunado al conocimiento de la existencia de mercados clandestinos de animales silvestres en la Ciudad de México me llevó a pensar que la población juvenil urbana podría colaborar en la conservación de las especies si se le permite realizar una actividad que no implique una participación económica fuerte y vaya acorde con sus valores.

Es así como decidí plantear la elaboración de una colección de doce tarjetas. Para ello consideré importante desglosar la función de la tarjeta en el proceso comunicativo, porque al conocer las partes de éste se tiene mayores posibilidades de visualizar soluciones gráficas con resultados positivos para los fines comunicativos que me propuse.

La palabra proceso está ligada con la idea de cambio continuo. Es decir que los elementos que lo integran se influyen unos a otros, lo que provoca modificaciones entre sí. Por ello es importante considerar este hecho cuando se pretende enviar un mensaje.

Dentro de los varios elementos que forman el proceso de comunicación considero como más importantes a tres:

1. El propósito que se desea alcanzar al emitir el mensaje
2. El medio difusor
3. El público meta

Esto se demuestra al hacer el análisis general del proceso comunicativo expuesto en el primer capítulo, si el emisor conoce las características de sus receptores, sus gustos, valores, preferencias y sus actitudes, sabe cuál es la mejor forma en que puede transmitir su mensaje para lograr su propósito inicial. En el caso presente es el de comunicar a los receptores la importancia de la conservación de las especies en extinción.

El canal de comunicación es el medio por el que viajan los mensajes visuales y verbales y unen a la fuente con el receptor. Su elección se basó en el conocimiento de la audiencia; en la característica principal del mensaje que es la sencillez; y el no existir un tiempo limitado para la emisión de aquél.

De entre las características del público estudiadas destaca lo siguiente: le gusta comunicarse por escrito, es joven, conoce el problema de la extinción de la fauna y se encuentra en una etapa de reafirmación de su personalidad y valores entre los que figuran el deseo de contribuir con la conservación de la naturaleza y de conservar amistades.

De este análisis deduje que el medio comunicativo más adecuado es la tarjeta, pues representa un canal versátil por su influencia positiva en quien lo adquiere o recibe; por su capacidad de movimiento, ya que puede permanecer en la ciudad donde se adquirió o llegar a cualquier otra parte del mundo, además de poseer un gran valor histórico por manejar un tema real y actual de nuestro país que preocupa a muchos. Tiene además un tiempo ilimitado en exhibidor y puede servir de apoyo a alguna campaña con el mismo referente o tema: especies en peligro de extinción.

Este estudio del proceso de comunicación me permitió ver también que la publicación de las tarjetas no pisaría un terreno estéril, pues el marco de referencia del público está impregnado de mensajes relacionados con la conservación de la naturaleza que se transmiten por varios medios: desde los más incisivos como la televisión y la radio, hasta los menos como las tarjetas telefónicas o las estampillas postales.

Además del proceso comunicativo, existe el de diseño o "codificación" del mensaje establecido.

Me pareció interesante hablar de él; pues con base en éste realicé el proyecto gráfico aquí presentado.

El diseñador gráfico se enfrenta generalmente a tres aspectos:

- a) lo psicológico: que se refiere a la percepción visual, intuiciones y emociones del público.
- b) lo previamente determinado: que se refiere al eslogan, logotipo, texto que la empresa indica, el formato y el medio de producción que debe seguirse.
- c) lo formal: que son los elementos visuales y técnicas que se pueden aprovechar en la realización del diseño.

El estudio de las características psicológicas del público meta, dió la pauta para definir las características que las tarjetas requieren para ser aceptadas por los receptores, las cuales son:

Tener un tema actual y ligado a la realidad; que las imágenes sean familiares; que expresen la preocupación de los jóvenes; que tengan un periodo de venta largo; que sean de costo medio y coleccionables.

Después de lo anterior fue necesario revisar los aspectos previamente determinados que deben respetarse en la elaboración del diseño gráfico y la ilustración. Es así como debí hacer una breve investigación sobre los requerimientos postales de las tarjetas y desarrollar un estudio de campo que enriqueció la determinación del diseño de las tarjetas; de él concluí que el mejor medio a utilizar es la tarjeta abierta o "de felicitación" por tener mayor presencia que la postal; pues esta última tiene un fin netamente turístico.

Además por las características del público, éste requerirá tener espacio suficiente para anotar su propio mensaje.

Determiné que su formato sea tanto horizontal como vertical y el tamaño figurara entre el promedio para que no necesitara de un exhibidor especial. Por lo anterior afirmo que es adecuado tener en manos un estudio de mercado con cuya ayuda y la de nuestros conocimientos, podamos atacar debilidades de la competencia (en este

caso la falta de información respecto al ejemplar representado), aprovechar lo que ya existe (en este caso los exhibidores cuyos tamaños son parecidos), o bien eliminar elementos que estén de sobra (como las fotografías). Es decir que conviene conocer los aspectos previamente determinados de las tarjetas, a los que se agregan las normas impuestas por la legislación postal.

Considero importante indicar que cuando el diseñador conoce a su público así como al mercado del producto, tiene en sus manos dos tipos de información que constituyen dos armas con las que le es posible ajustar su diseño a las carencias o elementos sobrantes que pueda tener la competencia, con el fin de presentar un producto o mensaje que satisfaga en mejor medida las necesidades y/o expectativas de los receptores meta.

Cabe mencionar que los datos incluidos en el reverso de este medio comunicativo son el resultado tangible de esta investigación; pues gracias a ella detecté el tipo de información que se maneja en el mercado; y de acuerdo con los datos obtenidos determiné cuáles son en verdad útiles para informar al público sobre el referente, y así cumplir con el objetivo comunicativo expuesto en un principio.

Otro problema que se presentó durante el desarrollo del trabajo fue el de elegir a las especies a ilustrar. Dado que existen más de 1,6000 animales en peligro de extinguirse, no fue fácil seleccionar solamente a doce; sin embargo lo hice tomando en cuenta cinco criterios básicos:

- a) la familiaridad y preferencia del público.
- b) por su estatus
- c) que pertenecieran en igual número a los cuatro ecosistemas básicos que ocupan el territorio mexicano.
- d) que el público urbano tenga en sus manos la posibilidad de colaborar con la conservación de la especie. (que se sienta involucrado o comprometido).
- e) por su importancia cultural.

Estos puntos de vista me llevaron a escoger a las doce especies aquí ilustradas. Considero que esta elección es correcta y veraz, pues la obtuve de información de primera mano como las entrevistas a profesionales en el tema, la visita a un lugares donde se comercia "ilegalmente" con estos animales; así como la consulta al *Diario Oficial de la Federación*; entre otras fuentes.

Es así como elaboré una ficha sobre cada organismo con los datos que consideré me ayudarían en la realización del diseño de la colección y la ilustración de cada uno de ellos.

Dado que la fotografía se emplea ampliamente en el mercado de las tarjetas, considero a la ilustración como una alternativa en la representación del referente porque pienso que este medio visual permite proporcionar *información* adecuada al receptor mediante interpretaciones personales que destaquen algunas características esenciales de los animales, *explicar* cómo es el organismo e *instruir* acerca del hábitat en que se desarrolla cada uno.

La ilustración surgió mucho tiempo antes que la fotografía. Como mencioné anteriormente, se le utilizó para retratar los campos de batalla y la cotidianidad de grupos sociales elevados; se imprimió en las tarjetas para saludar o felicitar, así como para conmemorar hechos relevantes.

En cuanto se desarrolló la fotografía, ésta desplazó a la ilustración en muchos medios comunicativos, incluyendo a la tarjeta. Actualmente se emplea en gran proporción en tarjetas postales, supongo que se debe a la necesidad de representar nítidamente el aspecto físico de un país. Para el caso de las especies animales considero interesante emplear el medio visual de la fotografía como base para el trabajo; pues ello me permitió controlar el tema, al poder respetar características esenciales de cada organismo; así como informar respecto al hábitat de cada uno.

El hecho de haber elegido al campo de la ilustración como medio representativo en este trabajo tiene origen desde que estudié en la ENAP; durante mi estancia escolar procuré mantenerme en contacto con esta área en cuanto descubrí que podía desarrollar mis habilidades como dibujante, así como conocer varias técnicas de representación visual; más tarde el haber comenzado a trabajar en este mismo ámbito, me ha permitido manejar otras técnicas, y he aprendido a conceptualizar y concretar la composición de las imágenes con mayor precisión.

La ilustración es tan importante como la fotografía; pero según el fin que se persiga al comunicar será recomendable utilizar tanto a uno como a otro medio visual. Entre más contacto se tenga con este modo de representación de imágenes uno se percata con mayor claridad que es una disciplina ligada a la actividad del diseño gráfico.

El trabajo del ilustrador requiere habilidad para hacer que las imágenes comuniquen el mensaje, y para solucionarlas técnicamente con mayor velocidad que un artista visual.

Esta actividad requiere constancia y disciplina para obtener mejores resultados en la solución del aspecto formal de cada mensaje.

Digo que va de la mano con el diseño gráfico porque en base a éste es como se ilustra. Una vez que el diseñador determinó el porcentaje y distribución de las ilustraciones en la superficie gráfica, tiene la tarea de permanecer en constante contacto con el ilustrador para que el trabajo de éste resulte óptimo.

La solución técnica de estas ilustraciones se basó en una fotografía del organismo. De ella tomé solamente la figura y en algunos casos sólo un encuadre del mismo.

En este trabajo la fotografía fue un elemento básico pues sirvió de referencia real para la realización de la textura; elección del encuadre y color de cada especie.

La técnica de scratch sobre una fotocopia en albanene es una solución de bajo costo y con muy buenos resultados pues se pueden obtener achurados cerrados y precisos que al combinarlos con aquéllos hechos con estilógrafo permite combinar texturas en positivo y negativo.

La fotocopia en acetato de la solución anterior permite que se trabaje en ella la técnica aerográfica. Es importante visualizar el matiz que tendrá el individuo; pues al colocar éste sobre el fondo elegido la imagen podría perder contraste porque generalmente el color que presenta cada organismo es similar al de su entorno.

El acabado de la técnica de acrílico sobre acetato aplicado con aerógrafo es muy suave; los colores adquieren gran brillantez, lo cual contrasta con el claroscuro trabajado en scratch sobre la fotocopia.

Considero que ambas técnicas de scratch en albanene y aerógrafo en acetato son innovadoras, económicas y permiten un acabado texturado de suma brillantez y contraste, que cumple con las técnicas visuales establecidas en un principio: profusión, complejidad y actividad.

El trabajo del ilustrador se puede complementar con el manejo de la tecnología, lo cual permite mejorarlo. Este es el caso de la elaboración de original mecánico del reverso de las tarjetas, el cual se preparó en el programa Page Maker 6.0

de Macintosh; también se elaboraron las imágenes que lleva integradas (el sello y el mapa) en el programa Illustrator 6.0 de Macintosh, así como el fondo representativo de cada ecosistema para el anverso de la tarjeta.

El escenario dispuesto para cada hábitat cumple con las técnicas visuales que establecí en un principio: pasividad, economía y simplicidad. Decidí realizarlo en dicho programa porque en un principio tuve problemas al solucionarlo con la técnica aerográfica. Finalmente el recurso de la computadora fue de gran ayuda para su elaboración y para la formación del original mecánico al cual solamente se le agregó la imagen digitalizada de los animales.

Los originales de las tarjetas se introdujeron en un cartucho ZIP (en el cual caben 100 Megabytes), y éste se llevó a un despacho de pre prensa digital, del cual directamente se obtuvieron las impresiones de sublimación de tinta que presento al final del trabajo.

Este tipo de impresión equivale a un cromalín; pues los colores que se obtienen tienen gran similitud con lo que será la impresión final. La ventaja de este tipo de impresión es que se realiza sin tener que hacer los negativos del original; lo cual ahorra gastos.

Durante el desarrollo de este proyecto me percaté de que el trabajo del diseñador y del ilustrador no consiste solamente en saber aplicar conocimientos de diseño y soluciones técnicas apropiadas. Para que su trabajo sea efectivo requieren conocer el *aspecto psicológico* del público a quien dirigirán el mensaje; deben estar conscientes de cuáles son los *aspectos previamente determinados* del producto con el que trabajarán; esto es saber sobre formatos, materiales, presentación, costos, entre otros, para poder poner en práctica el *aspecto formal* del proceso; es decir aplicar sobre cimientos sólidos los conocimientos sobre técnicas visuales, fundamentos y elementos básicos de la comunicación visual con el fin de lograr una transmisión adecuada del mensaje.

Al ser un proceso la elaboración de este proyecto, hubo momentos en los cuales no sabía por cual tema comenzar; pues al estar todos íntimamente ligados fue difícil seguir con el orden de una cadena su desarrollo.

Considero que a presente tesis abarca el tema de manera integral, pues en ella trato conocimientos teóricos básicos sobre el proceso de comunicación, lo cual es útil para los alumnos de los primeros semestres de la carrera de Comunicación Gráfica, plantea la importancia histórica de las tarjetas abierta y postal, las cuales actualmente siguen perteneciendo a nuestra cotidianidad; para la elaboración del diseño de las tarjetas aplica los datos obtenidos sobre cada organismo animal y lo más importante: propone con jovialidad la manera en que el público urbano puede colaborar con la conservación de los animales en peligro de extinción; aplica técnicas visuales y explica algunos conocimientos de diseño y técnicas de representación empleados en la elaboración de las tarjetas para lograr la sensibilización de los perceptores meta. Con ello afirmo que los objetivos del proyecto se cumplen.

93

La elaboración de este trabajo ha sido una experiencia enriquecedora que al sumarse con mi trabajo como ilustradora me ha permitido obtener valiosos conocimientos sobre esta materia, así como reafirmar algunos que quedaron vagos durante mi formación profesional en la escuela.

Como comunicadores gráficos es de suma importancia estar conscientes de la realidad que gira en torno a nosotros. Muchos de los problemas que absorben nuestra atención se refieren a asuntos económicos del país, que redundan en problemas sociales de muy seria índole. Sin embargo nos olvidamos de otros, no menos importantes, que aunque parezcan silenciosos están siempre presentes y sus consecuencias han comenzado a manifestarse: La desaparición de fauna y flora que provoca una gran pérdida de recursos naturales valiosos para la economía del País.

El conocer a las especies que habitan nuestro territorio es importante para valorar su existencia, y sobre todo, aprender de ellas que necesitamos de la misma naturaleza para poder vivir en armonía con nuestro universo interno y externo; ellas han formado parte de nuestra realidad cultural, lo cual es tangible en los ritos, danzas, canciones, atuendos, textiles, juguetes, y demás elementos ornamentales en que los vemos retratados.

No obstante que el producto obtenido en estas imágenes no representa visualmente lo expuesto en el párrafo anterior, considero que el diseño y la ilustración contienen el mensaje básico: conservar a las especies silvestres en peligro de extinción.

# APÉNDICE

Las tablas correspondientes al capítulo 3 están en esta sección, así como los resultados de cada una. En primer lugar está colocada la tabla, le sigue el análisis de los resultados por punto de venta; al final de la sección presento el análisis de constantes y variables del estudio realizado en los ocho puntos de venta, del que se desprende el punto 3.2. Planteamiento General del Diseño e Ilustración de la colección. Fue necesario investigar sobre cuatro aspectos clave de las tarjetas comercializadas:

1. Producto. Saber qué variantes del producto existen respecto a su competencia: precio, presentación, distribuidores.
2. Tema. Es necesario conocer la temática manejada por las variantes del producto.
3. Diseño. Cuáles son sus sistemas de reproducción y qué medios visuales emplean.
4. Propuesta. Saber qué porcentaje de productos hacen una propuesta respecto a la conservación de la fauna.

## PLAZA LORETO

Tienda: Sanborn's 9 tarjetas, 6 postales y 3 de felicitación.

cuadro 1

PRODUCTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9
lamaño cm formato	10.4 x 15.3 postal vertical	11.5 x 16.6 postal horizontal	10.4 x 15.3 postal horizontal	10.3 x 14.6 postal horiz. y vert.	11.5 x 16.6 postal horiz. y vert.	10.5 x 15.1 postal horizontal	10.9 x 8.5 felicitación horiz. y vert.	7.6 x 7.6 felicitación vertical	13.3 x 7.1 felicitación vertical
presentación sueltas bolsa y sobre con sobre	x	x	x	x	x	x		x	
precios \$ distribuidores	7.00 Tarjetas exclusivas y algo más S.A. de C.V.	7.00	8.50 Tarjetas exclusivas y algo más S.A. de C.V.	3.00 Annex	7.00 City Sight post cards	7.00 Arco Iris Material lúdico didáctico	4.50 Portal Publications L.T.D.	6.00 Mini coleccion Exacto	4.50 Burindis

cuadro 2

TEMA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
animales									
animales en peligro									
otro	bebés	playas mexicanas	personajes de Disney	Ciudad de México	plantas mexicanas	pelea de gallos	felicitación	románticos mascotas	felicitación

cuadro 3

DISEÑO		1	2	3	4	5	6	7	8	9
fotografía		x	x	x	x	x	x	x		
ilustración									x	x
diseño	marco blanco	x		x						x
	mucho aire						x		x	
	imagen rebasada		x		x	x		x		
	suajes elaborados								x	
	offset	x	x	x	x	x	x	x	x	x
sist. reprod.	barniz UV	x	x	x	x	x	x	x		
	serigrafía									
	papel reciclado						x			

cuadro 4

PROPUESTA CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN		
1	Llamar a un teléfono para enterarse cómo se puede contribuir a la conservación de fauna y flora en riesgo de extinción	nombre del fotógrafo
2		nombre del tema representado
3		nombre del tema representado en 3-D instrucciones para ver la imagen en 3-D nombre de la colección, distribuidor, importador código de barras
4		nombre del tema representado nombre de la colección, distribuidor, importador
5		causas de la extinción de la especie (2 rengl.) destino de los fondos obtenidos con la venta nombre del fotógrafo lugar de impresión, distribuidora
6		nombre del tema representado nombre de la serie distribuidora, lugar de impresión
7		
8		felicitaciones para toda ocasión
9		felicitaciones para toda ocasión

## Resultados del estudio en Sanborn's Plaza Loreto

### PRODUCTO:

Se revisaron nueve tarjetas: 6 postales y 3 de felicitación.

### Tamaño:

Las tarjetas que mejor caben en el exhibidor son las de medidas 10.3x14.6 cm, tanto horizontal como verticalmente, pues las de tamaño mayor se atorran con las bases superiores.

### Presentación:

70% se venden sueltas  
20% ofrecen sobre  
10% ofrecen bolsa de resina K y sobre de color

### Precios:

Las postales importadas sueltas cuestan más que las tarjetas de felicitación que se presentan en bolsa y con sobre.

El precio promedio es de \$ 6.00

### TEMA:

10% de las tarjetas maneja el tema de animales en peligro de extinción.

### DISEÑO:

80% de las imágenes son fotografías  
20% de las imágenes son ilustraciones  
40% de los diseños maneja marco blanco  
60% de los diseños maneja imagen rebasada

### Impresión:

100% impresas en offset  
90% acabadas con barniz ultravioleta (UV)  
10% impresas en papel reciclado

### PROPUESTA:

Sólo una tarjeta propone que el comprador se ponga en contacto con las Asociaciones Protectoras del ambiente para enterarse de cómo ayudar a conservar las especies.

### Mensaje:

Nombre del tema representado  
Causas de la extinción de la especie (2 renglones)  
Destino de los fondos de la venta de tarjetas  
Nombre del fotógrafo  
Lugar de impresión  
Distribuidor e importador en caso de haberlo  
En las tarjetas de felicitación: buenos deseos para toda ocasión

**CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORÁNEO**

2 Tarjetas: 1 postal y 1 de felicitación

*cuadro 1*

PRODUCTO	1	2
tamaño formato	14.5 x 10.3 postal vert. horiz.	11 x 15 felicitación vert. y horiz.
presentación	sueñas bolsa y sobre x	
precios \$	1.00	x 8.00
distribuidores	Centro Cultural Arte Cont.	Centro Cultural Arte Cont.

*cuadro 2*

TEMA	1	2
animales		
animales en peligro		
otro	obras de arte	lugares representativos de la Ciudad de México

*cuadro 3*

DISEÑO	1	2
fotografía	x	
ilustración		x
	marco blanco	x
	mucho aire imagen rebasada	x
diseño	sujes elaborados display	x
	offset	x
sist. reprod.	barñiz UV serigrafía papel reciclado	x

*cuadro 4*

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1		nombre de la obra nombre del autor fecha de nacimiento y muerte serie a que pertenecen las obras y su significado
2		nombre del lugar representado indicaciones para armar el display

## Resultados del estudio en el Centro Cultural Arte Contemporáneo

### **PRODUCTO:**

Se revisaron dos tipos de tarjetas por ser los únicos que se ofrecen en este punto

### **Tamaño:**

Las tarjetas postales miden 14.5x10.3 cm  
Las tarjetas de felicitación miden 15x11 cm

### **Presentación:**

Las postales se venden sueltas, las de felicitación con sobre.

### **Precios:**

Las tarjetas de felicitación cuestan \$ 8.00  
Las postales cuestan solamente \$ 1.00

El precio promedio es de \$ 6.00

### **TEMA:**

Obras de arte, lugares típicos de la Ciudad de México.  
No se maneja el tema de la extinción.

### **DISEÑO:**

Las postales tienen reproducciones fotográficas de obras de arte expuestas en el mismo centro.  
Las tarjetas de felicitación manejan ilustración.

Las primeras tienen, ya sea un marco blanco o la imagen rebasada.

Las segundas tienen la imagen rebasada y el sujeto principal tiene un suaje especial, con el cual, al abrir la tarjeta, se forma un display.

### **Impresión:**

Ambas en offset. Las postales están acabadas en barniz ultravioleta, y las de felicitación están impresas en papel reciclado.

### **PROPUESTA:**

No existe ninguna contra la extinción.

### **Mensaje:**

Nombre de la obra representada en la imagen.  
Nombre del autor, fechas de nacimiento y muerte.  
Significado de la obra.  
Indicaciones para armar el Display.  
Distribuidor.

CENTRO COMERCIAL SATÉLITE

Tienda de regalos: Poppin Tiger 14 tarjetas de felicitación

cuadro 1 -A

PRODUCTO	1	2	3	4	5	6	7
tamaño cm	10.8 x 17.8	12.2 x 17.6	17 x 34	13.6 x 19.4	30 x 40	10.9 x 16.9	8.7 x 11.6
formato	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación horiz. y vert.	felicitación horiz. y vert.
presentación seltas bolsa y sobre seltas con sobre	x	x	x		x	x	x
precios \$	11.50	11.50	20.00	11.50	20.00	8.00	4.00
distribuidores	Altcecard S.A. de C.V. Agrupación Sierra Madre	Hallmark de México S.A. de C.V.	Idea Forma y Color S.A. de C.V.	Hallmark	Diagrama	Altcecard	Grafitos M.R.

cuadro 1 -B

PRODUCTO	8	9	10	11	12	13	14
tamaño cm	21.8 x 32.8	34.6 x 47	6.8 x 8	2.3 x 3.4	6.6 x 7.2	5 x 5	3 x 3
formato	felicitación horiz. y vert.	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación horizontal	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación vertical
presentación seltas bolsa y sobre seltas con sobre	x	x	x			x	x
precios \$	22.90	37.50	5.00	x 3.00	x 5.00	4.00	4.00
distribuidores	Expression Card S.A. de C.V.	Altcecard	Expression Card S.A. de C.V.	Producciones Accidentales S.A. de C.V.	Altcecard	Mini Santiago Vivaz	

cuadro 2 - A

TEMA	1	2	3	4	5	6	7
animales	x	x					
animales en peligro	x	x					
otro	paisajes, reservas de la biosfera, zonas arqueológ.	bebés disfrazados de animales en extinción	felicitación para toda ocasión				

cuadro 2 - B

TEMA	8	9	10	11	12	13	14
animales							
animales en peligro							
otro	felicitación para toda ocasión						

cuadro 3 - A

DISEÑO	1	2	3	4	5	6	7
fotografía	x	x					
ilustración			x	x	x	x	x
diseño			x				
marco blanco						x	x
mucho aire							
imagen rebasada	x	x		x	x		
suajes							
elaborados							
display							
sist. reprod.							
offset	x	x	x	x	x	x	
barniz UV	x	mate				x	
serigrafía							
papel reciclado							x

cuadro 3 - B

DISEÑO		8	9	10	11	12	13	14
fotografía								
ilustración		x	x	x	x	x	x	x
diseño	marco blanco mucho aire	rebasado por texto	x	x		x		
	imagen rebasada suajes elaborados display		x		x	x	x	x
	offset barniz UV		x			x		x
	sist. reprodu. senografía papel reciclado	x		x	x	x	x	

cuadro 4

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1		nombre vulgar del animal lugar donde se localiza, país donde habita destino de los fondos obtenidos con la compra nombre de la asociación y su eslogan
2		"Please save the turtles"
3-14		felicitación y mensajes para toda ocasión

## Resultados del estudio en el Centro Comercial Satélite

tienda: Poppin Tiger

### PRODUCTO:

Se revisaron 14 tarjetas de felicitación de tamaños variados.

### Tamaño:

Algunas son gigantes, miden: 13x19.4 cm, 21.8x32 cm, 34.6x47 cm (tarjeta cerrada).

A pesar de que el exhibidor tiene soportes a la medida de estas tarjetas, el peso del papel hace que se doblen y por lo tanto den mal aspecto.

Las tarjetas pequeñas miden desde 6x8 cm hasta 2x3 cm. Es difícil poner un mensaje escrito dentro de ellas.

Fundación Sierra Madre maneja el tamaño de 10.8x17.8 cm

### Presentación:

70% de las tarjetas están envueltas en resina K, con un sobre de color muy vistoso.

20% maneja a la tarjeta suelta

10% maneja a la tarjeta suelta y con sobre

### Precios:

Varían mucho \$ 3.00 a \$ 37.00

El precio promedio es de \$ 12.00

### TEMA:

30% animales

14% animales en peligro de extinción

66% felicitaciones para cualquier ocasión.

### DISEÑO:

14% fotografías

76% ilustración

40% maneja marco blanco o negro

60% imagen rebasada

### Impresión:

64% offset

36% serigrafía

28% agrega barniz UV

### PROPUESTA:

Sólo una tarjeta tiene en el anverso el mensaje "Please save the turtles".

### Mensaje:

En la compra de la tarjeta se apoya a la conservación de Recursos Naturales.

Nombre de la asociación, eslogan, nombre del animal, hábitat, país, nombre del fotógrafo.



cuadro 3

DISEÑO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
fotografía		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
ilustración											
diseño	marco blanco		x		x						
	mucho aire										
	imagen rebasada	x		x		x	x	x	x	x	x
	suajes elaborados										
	display										
sist. reprodu.	offset	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	harniz UV	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	serigrafía										
	papel reciclado										

cuadro 4

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1-10		nombre del pintor nombre de la obra año de realización de la obra técnica distribuidor

## Resultados del estudio en el Centro Comercial Satélite

tienda: Exis

### PRODUCTO:

Se revisaron 10 tarjetas, 6 postales, 3 de felicitación y un mini poster.

### Tamaño:

La mayoría son de 10.5x15 cm aproximadamente  
Otros son de 9x13 cm aproximadamente  
El mini poster mide 24x30 cm

### Presentación:

Las tarjetas postales se venden sueltas. Las tarjetas de felicitación y el mini poster se venden en bolsa de Resina K con su respectivo sobre.

### Precios:

Tarjetas postales \$ 4.00  
Tarjetas de felicitación \$ 6.00  
El mini poster \$20.00  
El precio promedio es de \$ 10.00

### TEMA:

100% arte

### DISEÑO:

80% reproducciones de obras de arte  
15% fotografías en blanco y negro  
5% ilustración  
80% imagen rebasada  
20% marco blanco

### Impresión:

100% offset  
100% acabado en barniz UV

### PROPUESTA:

Ninguna respecto a la extinción

### Mensaje:

Nombre del artista  
Nombre de la obra  
Año de realización  
Técnica  
Distribuidor



cuadro 3

DISEÑO		1	2	3	4	5	6	7	8
fotografía		x				x	x	x	x
ilustración			x	x	x				
diseño	marco blanco				color		x	x	x
	mucho aire								
	imagen rebasada	x	x		rebasa al marco				
	suajes elaborados					x			
	display			x					
sist. reprod.	offset	x	x	x	x	x	x	x	x
	harniz UV	x	x	x	x	x	x	x	x
	serigrafía								
	papel reciclado		x	x		x			

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1		nombre vulgar (dos idiomas) y científico lugar donde se localiza nombre del fotógrafo distribuidor
2		características generales del animal nombre de la ilustradora, estudios, datos personales lugar de impresión
3		nombre del animal lugar donde se localiza estatus dos causas de su extinción
4		procedencia de las ilustraciones
5		nombre vulgar y científico longitud lugar donde se localiza características principales nombre de la empresa productora origen de la fotografía
6		nombre vulgar y científico lugar donde se localiza hábitos características principales
7		nombre científico del animal
8		mapa que indica la distribución geográfica del organismo nombre vulgar (dos idiomas) y científico características físicas del animal estatus nombre del fotógrafo editorial

## Resultados de la investigación en el Zoológico de Chapultepec

tienda: La tienda del Zoológico

### PRODUCTO:

Se revisaron ocho tarjetas: 3 postales y 5 de felicitación.

### Tamaño:

Las tarjetas que más destacan y caben en el exhibidor sin caerse o atorarse son las que tienen estas medidas: 14.2x19 cm y 11.9x16 cm

### Presentación:

A pesar de ser de felicitación, pocas ofrecen sobre.

Algunas están envueltas en bolsa de Resina K junto con su sobre.

### Precios:

Las tarjetas envueltas cuestan más que aquellas que no lo están; los precios varían entre \$ 2.00 y \$ 29.50

El precio promedio es: \$ 9.20

### TEMA:

Todas las tarjetas explotan el tema de animales. 60% de ellas maneja el tema de fauna en peligro de extinción.

### DISEÑO:

60% de las imágenes son fotografías  
40% de las imágenes son ilustraciones

50% de los diseños tiene marco blanco  
30% tiene imagen rebasada  
10% maneja display

### Impresión:

Todas están impresas en offset con barniz UV.

40% están impresas en papel reciclado.

### PROPUESTA:

Ninguna indica cómo contribuir a evitar la extinción de especies.

### Mensaje:

Nombre vulgar de la especie , nombre científico  
(en dos idiomas)  
Localización geográfica  
Características generales del animal  
Hábitat  
Mapa que indica localización  
Estatus  
Nombre del fotógrafo  
Distribuidor y/o productor

# AURRERA BUENAVISTA

4 tarjetas de felicitación

cuadro 1

PRODUCTO	1	2	3	4
tamaño cm	14.9 x 21.5	11 X19.6	13.5 X19.4	12.5 X 22.6
formato	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación vertical	felicitación vertical
presentación	seltas bolsa y sobre			
precios \$	x 13.05	x 8.55	x 8.55	x 16.50
distribuidores	Hallmark de México S.A. de C.V.			

cuadro 2

TEMA	1	2	3	4
animales				
animales en peligro				
otro	felicitación para toda ocasión			

cuadro 3

DISEÑO		1	2	3	4
fotografía					
ilustración	marco blanco	x	x	x	x
diseño	mucho aire imagen rebasada suaves elaborados display	x	x	x	x
sist. reprod.	offset barniz UV serigrafía papel reciclado	x	x	x	x

cuadro 4

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1 - 4		felicitación y mensajes para toda ocasión

## Resultados del estudio en Aurrera Buenavista

**PRODUCTO:**

Se revisaron 4 tarjetas de felicitación.  
Muchas de ellas son iguales a las que se ofrecen en Sanborn's Plaza Loreto.  
En esta tienda no hay tarjetas postales.

**Tamaño:**

Tarjetas grandes y alargadas, cuyas medidas son:  
11x19.6 cm  
13.5x19.4 cm  
14.9x21.5 cm  
12.5x22 cm

**Presentación:**

100% sueltas con sobre.

**Precios:**

El precio promedio de las 4 tarjetas es de \$11.70

**TEMA:**

100% felicitaciones para toda ocasión.  
Ninguna tiene el tema de la extinción.  
No existe ninguna tarjeta de Fundación Sierra Madre.

**DISEÑO:**

100% ilustraciones  
100% imágenes rebasadas

**Impresión:**

100% offset

**PROPUESTA:**

Ninguna respecto a la extinción.

**Mensaje:**

Felicitaciones para toda ocasión.

TERMINAL DE AUTOBUSES DE ORIENTE (TAPO)

6 tarjetas, 1 postal y 5 de felicitación

cuadro 1

PRODUCTO	1	2	3	4	5	6
tamaño cm	15.9 x 16.5	14 X 15	11.5 x 16.4	10.2 x 15.2	6 x 7.5	3 x 5
formato	felicitación horizontal	felicitación horizontal	felicitación horiz. y vert.	postal horizontal	felicitación vertical	felicitación horiz. y vert.
presentación	seltas bolsa y sobre			x		
	x	x	x			
precios \$	6.00	6.00	6.00	5.00	x 3.00	x 2.00
distribuidores	Imaginarte	Imaginarte			Imaginarte	Imaginarte

cuadro 2

TEMA	1	2	3	4	5	6
animales						
animales en peligro						
otro	felicitación para toda ocasión	felicitación para toda ocasión	felicitación para toda ocasión	calendario líneas ADO. ATAH	felicitación para toda ocasión	felicitación para toda ocasión

cuadro 3

DISEÑO		1	2	3	4	5	6
fotografía					x		
ilustración		x	x	dibujo		x	x
diseño	marco blanco mucho aire imagen rebasada			x			
	suajes elaborados display	x aserrado en un extremo	x		x	x	x
sist. reprodu.	offset barniz UV serigrafía papel reciclado	x	x	x	impresión fotogr.	x	x

cuadro 4

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1 - 6		felicitación y mensajes para toda ocasión mensajes en doble sentido de marcado mal gusto

## **Resultados de la investigación en la terminal de Autobuses de Oriente TAPO**

### **PRODUCTO:**

Se revisaron 6 tarjetas: 1 postal y 5 de felicitación.

### **Tamaño:**

La tarjeta postal mide 10.2x15.2 cm.

Las tarjetas de felicitación grandes miden  
15x16 cm aproximadamente.

Las tarjetas de felicitación pequeñas miden  
6x7.5 cm y 3x5 cm

### **Presentación:**

50% se venden con bolsa de Resina K y sobre

30% se venden sueltas con sobre

10% se venden sueltas

### **Precios:**

Tarjeta postal \$ 5.00

Tarjeta de felicitación \$ 6.00

Tarjeta pequeña \$ 3.00 y \$ 2.00

El precio promedio es de \$ 2.60

### **TEMA:**

100% Felicitaciones para toda ocasión (en doble  
sentido de marcado mal gusto)

Ninguna acerca de la extinción.

### **DISEÑO:**

70% ilustración

15% dibujo sencillo

15% fotografía

80% maneja imagen rebasada

20% maneja fondo blanco

### **Impresión:**

80% están impresas en offset

20% fotografía (impresión fotográfica comercial)

### **PROPUESTA:**

Ninguna contra la extinción.

### **Mensaje:**

Felicitaciones para toda ocasión.

TIENDA UNICEF  
5 tarjetas de felicitación

cuadro 1

PRODUCTO	1	2	3	4	5
tamaño cm	11 x 15.5	14 X 15	13.7 x 19.5	8.6 x 12	13.7 x 19.5
formato	felicitación horiz. y vert.	felicitación horiz. y vert.	felicitación horiz. y vert.	felicitación horiz. y vert.	felicitación vertical
presentación	sueltas bolsa y sobre				
	sueltas con sobre	serie de 10 en caja	serie de 10 en caja	serie de 20 en caja	serie de 10 en caja
precios \$	38.00	45.00	45.00	38.00	45.00
distribuidores	UNICEF	UNICEF	UNICEF	UNICEF	UNICEF

cuadro 2

TEMA	1	2	3	4	5
animales					
animales en peligro					
otro	paisajes arte religioso navideño	navideño	reyes magos	diferentes celebraciones	paz

cuadro 1

PRODUCTO	1	2	3	4	5
fotografía	obras de arte				
ilustración	x color decorado	infantil x	abstracción	infantil decorado	x
diseño	marco blanco mucho aire imagen rebasada suaves elaborados display	x	x	x	x
sist. reprod.	offset imp. ciega harmiz UV serigrafía papel reciclado	x	x	x	x
	brillante				texturado

cuadro 4

PROPUESTA	CONTRIBUIR A EVITAR LA EXTINCIÓN	OTRO MENSAJE
1 - 5		felicitación navidad, año nuevo, paz nombre del autor, nacionalidad título de la obra eslogan (todos los datos en cinco idiomas) logotipo del UNICEF

## Resultados del estudio en la tienda UNICEF

### PRODUCTO:

Se revisaron los cinco tipos de tarjeta de felicitación.

### Tamaño:

Maneja solamente 3 tamaños

8.6x12 cm

13.7x19.5 cm

11x15.5 cm

### Presentación:

20% vende serie de 20 tarjetas con sobres.

80% vende serie de 10 tarjetas con sobres.

Las series se venden en cajas decoradas.

Hay en exhibidor tarjetas dobles envueltas en bolsa de plástico con su respectivo sobre.

### Precio:

Según la serie puede ser de \$ 38.00 ó \$ 45.00

El precio promedio de las series es de \$ 42.20

Las tarjetas individuales cuestan \$ 5.00

### TEMA:

40% navideño, arte, religioso

20% reyes magos

20% diferentes celebraciones

20% paz

Ninguna maneja el tema de la extinción

### DISEÑO:

20% reproducción de obras de arte

60% ilustración

20% diseño sintetizado

60% marcos de color (decorados) o blancos

20% imagen rebasada

20% mucho aire en el diseño

### Impresión:

80% offset

20% en ciego

10% papel reciclado brillante

10% papel reciclado texturado

### PROPUESTA:

Ninguna respecto a la conservación de especies.

### Mensaje:

100% felicitaciones por varios motivos.

Se da la opción de manejar las felicitaciones en varios idiomas o uno solo. El mensaje queda en el interior de la tarjeta.

Reverso de la tarjeta:

autor

país de procedencia

título de la obra

eslogan (todos en cinco idiomas)

logotipo del UNICEF

lugar de impresión

## **Análisis de constantes y variables del estudio realizado en los ocho puntos de venta**

Se revisaron en total 58 tarjetas, de las cuales 17 son postales, y corresponden al 29% del total, 40 de felicitación cuya proporción equivale al 69%, y un mini poster cuya proporción es del 2%.

Esto indica que para el mercado juvenil del Distrito Federal y área metropolitana, la tarjeta de felicitación tiene más presencia que la postal. Esta última tiene un fin enfocado al turismo.

### **CONSTANTES:**

#### **Tamaño:**

La mayoría de las tarjetas postales mide 10.5x15 cm aprox.

Las tarjetas de felicitación miden:

11x15 cm

13x19 cm

9x13 cm

Las tarjetas que mejor caben en los exhibidores son las de

10.5x15 cm, 12x16 cm, y 14x19 cm.

#### **Presentación:**

Las tarjetas postales se venden sueltas al igual que una mínima cantidad de las de felicitación. También se ofrecen tarjetas de felicitación con sobre.

Es usual ver este tipo de tarjetas envueltas en bolsa de Resina K con sobre de color.

#### **Precios:**

El precio promedio de todas las tarjetas investigadas es de \$ 8.00

#### **Tema:**

Felicitaciones para toda ocasión

Arte

Turístico

#### **Diseño:**

Ilustración

Fotografía

Imágenes rebasadas

Marco blanco o de color

#### **Impresión:**

Offset con acabado en UV

#### **Propuesta respecto a la extinción:**

Ninguna

#### **Mensaje respecto a la extinción:**

Ninguno

#### **Mensaje en general:**

Felicitación cómica

En el caso de las tarjetas de arte:

Nombre del autor

Nombre de la obra

Año en que se realizó

Técnica

Distribuidor

**VARIABLES:****Tamaño:****grandes**

15x16 cm

21.8x32 cm

34.6x47 cm

24x30 cm (mini poster)

**pequeños**

6x7.5 cm

3x5 cm

2x3 cm

**Presentación:**

Series de 20 tarjetas con sus respectivos sobres en caja decorada.

Tarjetas dobles con sus respectivos sobres en bolsa de plástico.

**Precios:**

Tarjeta postal \$1.00 a \$ 5.00

Tarjeta de felicitación \$ 2.00 (tamaño pequeño)

Tarjeta de felicitación \$ 5.00 (tamaño ordinario)<sup>1</sup>

Tarjeta de felicitación \$ 37.00 (tamaño ordinario, diseño Display)

**Tema:**

Animales en peligro de extinción.

**Diseño:**

Diseño sintetizado.

Imagen rodeada completamente de suaje o en parte para armar un display.

Mucho aire en el diseño de fondo.

**Impresión:**

Serigrafía

Impresión fotográfica

Impresión en ciego

Impresión sobre papel reciclado

**Propuesta respecto a la extinción:**

Ponerse en contacto con las asociaciones protectoras del ambiente para saber cómo ayudar a la conservación de las especies.

El mensaje "por favor salven a las tortugas" (en inglés).

**Mensaje en contra de la extinción:**

Nombre del tema representado

Nombre vulgar y científico del animal (en 2 idiomas)

Características generales de la especie

Localización geográfica (mapa)

País del que proviene

Estatus en que se encuentra

Causas de la extinción de la especie

Crédito del fotógrafo o ilustrador

Destino de los fondos de la venta de tarjetas

Nombre de la asociación

Distribuidor

Lugar de impresión

<sup>1</sup>Por tamaño ordinario me refiero al tamaño constante de tarjetas, es decir, aquellas que miden al rededor de 11x15 cm.

## Conclusiones al análisis de variables y constantes

Los tamaños constantes de tarjetas de felicitación y postales no son menores de los 9 cm ni mayores de los 20 cm. Estos caben perfectamente en los exhibidores de las tiendas.

Los tamaños variables rebasan los 20 cm y se acercan a los 50 cm o van de los 2 cm a los 8 cm. Su principal desventaja es que requieren de un exhibidor especial.

Las tarjetas suelen presentarse sueltas sin sobre o con sobre y es usual verlas con sobres en color brillante y protegidas con una bolsa de resina K (que es una especie de papel celofán). Es poco común verlas envueltas en bolsa de plástico o en series de 20 en caja decorada.

El precio entre postales y de felicitación varía muchísimo, está entre \$ 1.00 y \$ 37.00, su valor promedio es de \$ 8.00

Los temas más comunes en tarjetas de felicitación son precisamente buenos augurios para cualquier ocasión.

En las tarjetas postales es más común ver fotografías panorámicas, turísticas, motivos amorosos, tiernos, eróticos, artísticos, regionales, etc. Son pocas aquellas que tienen una imagen de tercera dimensión (3-D), o de Display.

Respecto a la extinción, sí hay tanto postales como de felicitación con este tema pero es bajísima su proporción comparada con el total de tarjetas revisadas.

Las imágenes más usuales en el diseño son las ilustraciones y fotografías. Es poco utilizado el diseño sintetizado (o geometrizado).

El rebase en el diseño es común como el uso de marco blanco o de color; ocurre lo contrario con la utilización de mucho aire en el fondo de la imagen. Es mínima la proporción de diseños que emplea a la figura principal completamente suajada, o en parte, para armarse a manera de Display.

La impresión en offsett con acabado en barniz ultravioleta (UV) se emplea mucho, lo que no ocurre con la serigrafía, la impresión fotográfica comercial o en ciego.

El papel reciclado tanto en tarjetas como sobres no es muy empleado.

De las tarjetas que tratan el tema de la extinción, un porcentaje mínimo propone en ellas la forma en que el público puede colaborar con la conservación de los animales.

Los mensajes más comunes son aquellos relativos a ocasiones de festejo muy chuscos. Las tarjetas de arte dan el nombre del artista, su fecha de nacimiento y muerte, año en que se realizó la obra, su título y técnica.

## A

**acre** Medida inglesa de superficie equivalente a 40 áreas y 47 centáreas. Un área consiste en un cuadrado de diez metros de lado.

**antílope** Rumiante bóvido de aspecto de ciervo.

## B

**bífida** Que está hendida en dos partes.

**biodiversidad** Se refiere al conjunto de la variedad de vida sobre la tierra, la cual abarca desde los diferentes procesos y estructuras genéticas y fisiológicas de cada especie, hasta su compleja integración en los diferentes biomas del planeta. Es decir que engloba desde los genes, enzimas, proteínas, etc., hasta los grandes ecosistemas.

**bioma** Zona conformada por un gran grupo de ecosistemas con características muy similares, en los que predominan ciertos tipos de plantas, que dependen de factores como la humedad y la temperatura.

## C

**caducifolio** Arbol que pierde sus hojas cada año.

**caparazón** También llamado caparacho o carapacho. Cubierta dura, de hueso u otra sustancia que protege todo el cuerpo de algunos animales como la tortuga y los crustáceos.

**Carlsruhe** Ciudad de Baden Württemberg, Alemania.

**carroña** Carne en estado de putrefacción.

**cautiverio** Situación de pérdida de la libertad de una persona, un animal, un pueblo, etc. a manos de alguien, particularmente cuando se le tiene contra su voluntad.

**cenote** Depósito de agua en cavernas profundas.

**ceptrería** Arte de criar, adiestrar y cazar con aves de presa.

**chaparral** Sitio poblado de chaparros.

**chapparr** o Mata ramosa de encina o roble.

**cinagético** Relativo al arte de la caza

**C**

124

**codificar** Interpretar de manera creativa los datos relativos a un propósito de finido (de diseño), para ponerlos en un código.

**código** Cuerpo de símbolos comprendidos por un grupo social.

**conífera** Clase que forman las plantas gimnospermas que tiene el fruto en forma de cono como el pino, ciprés u oyamel.

**crin** Cerdas que tienen algunos animales en la cerviz.

**cuarto** Cada una de las cuatro partes en que se considera dividido el cuerpo de los cuadrúpedos.

**D - E**

**deforestación** Desaparición de la riqueza de los bosques debido en gran parte a un mal aprovechamiento humano.

**destinatario** Persona a quien va dirigida una cosa.

**display** Anglicismo que significa desplegar.

**ecosistema** Sistema funcional constituido por un determinado medio ambiente y el conjunto de todos los organismos que viven en él y que actúan recíprocamente para su existencia.

**encino** Arbol de madera dura y compacta con hojas duras y alternas. Sus frutos son las bellotas. Se encuentran en climas templados.

**endémico** Que pertenece de modo exclusivo a determinado territorio.

**Eritrea** Provincia de Etiopía a orillas del mar Rojo. De 1882 a 1947 fue colonia italiana.

**eslogan** Frase que acompaña a la marca, cuya relación breve permite ser memorizada por el receptor.

**escanear** Anglicismo que significa digitalizar una imagen.

**F - L**

**figurativo** Que sirve de representación de un objeto de la realidad.

**forma** Figura exterior de los cuerpos. La forma puede ser un punto, una línea, un plano o representar un volumen.

**formato** Forma de un libro impreso. Se refiere al tamaño.

**franquear** Pagar previamente el porte de una carta por correo, lo cual se hace con las estampillas que emite la casa de correos.

**hábitat** Medio ambiente físico, químico, biológico, etc., en el que un organismo vive naturalmente.

**letargo** Estado de somnolencia profunda y prolongada.

**litoral** Costa de un mar o territorio.

## L - O

**logotipo** Composición tipográfica creada en base a un producto o servicio, cuya misión es fijar el recuerdo de la marca en la mente del consumidor.

**madriguera** Hoyo o excavación que algunos animales hacen en la tierra para protegerse y tener sus crías.

**marbete** Orilla, perfil, filete. Etiqueta.

**mezquite** Arbol de las leguminosas parecido a la acacia.

## P - R

**pecari** Especie de cerdo silvestre americano.

**pelágico** Que vive en suspensión en el agua marina.

**perennifolio** Arbol que conserva sus hojas durante el invierno.

**pesuña** Conjunto de pesuños de cada pata. El pesuño es cada uno de los dedos cubiertos con su uña del animal de pata hendida.

**plastrón** Cubierta dura que cubre la parte pectoral de las tortugas.

**pistoyés** Originario de la capital de Pistoia (del mismo nombre), provincia Toscana en la parte central de Italia.

**posicionamiento** Traducción del término en inglés "positioning" cuyo fin se enfoca a manipular las informaciones acerca de un producto para hacerlo destacar en el mercado; es decir, encontrarle un lugar dentro de la mente de los compradores. Está lejos de referirse a crear algo "nuevo y diferente".

**retráctil** Que puede retraerse y quedar oculto al exterior.

## S - Z

**serranía** Región o zona montañosa de gran altura.

**símbolo** Objeto sensible que se toma como tipo para representar un concepto.

**tambor cillo** El que toca el tambor.

**terraplén** Macizo de tierra para hacer una defensa, un camino o para llenar un hueco.

**topografía** Conjunto de las características físicas de un terreno, como sus alturas o desniveles, los ríos, arroyos o lagos que contiene, etc.

**valle** Territorio bajo y plano, situado entre dos o más montañas o cordilleras, hacia el que escurren las aguas de sus alrededores, que a veces llegan a formar un río.

# BIBLIOGRAFÍA

## CAPÍTULOS 1,3 y 4

- Arnold Eugene  
*Técnicas de la ilustración*  
Ed. Las Ediciones de Arte LEDA,  
Barcelona,
- Bandini Buti Antonio  
*Storia della posta e del francobollo*  
2a edizione riveduta e aumentata,  
Ed. U. Hoepli, Milano, 1946
- Beltrán y Cruces Raúl Ernesto  
*Publicidad en Medios Impresos*  
2a edición, la reimpresión  
Ed. Trillas, México D. F., 1991
- Berlo David K.  
*El Proceso de la comunicación:  
introducción a la teoría  
y a la práctica*  
Ed. El Ateneo, 9a reimpresión,  
México D. F., 1988
- Chijiwa Hideaki  
*Color Harmony, a Guide to Creative  
Color Combinations*  
6a reimpresión, Rockport  
Publishers, Inc., Cincinnati, 1990
- Carrera Stampa Manuel  
*La historia del correo*  
Secretaría de Comunicaciones y  
Transportes, México D. F., 1968
- Convenio Postal Universal Firmado  
en Ottawa el 3 de octubre de 1957*  
Dirección General de Correos,  
Departamento Técnico y de  
Organización Oficina del Servicio  
Internacional, México D. F., 1958
- Costa Joan  
*Imagen Global, evolución del Diseño  
de Identidad*  
Enciclopedia del Diseño, Edicio-  
nes CEAC, S.A., Barcelona, 1987
- De Mello Vianna Fernando (Edi-  
torial Director)  
*The International Geographic  
Encyclopedia and Atlas*  
The Macmillan Press Limited,  
London, 1979
- De S'agaró J.  
*Composición artística: dibujo,  
pintura, grabado escultura.*  
6a edición, Ed. LEDA,  
Barcelona, 1980
- Donis Dondis A.  
*La sintaxis de la imagen*  
Tr. Justo A. Beramendi,  
8a edición, Ed. G.G., Diseño,  
Barcelona, 1990
- Herdeg Walter  
*The Artist in the Service of Science*  
The Graphis Press, Zurich, 1973
- Hourez Fernand  
*Tratado de Publicidad Directa*  
Tr. de la 2a edición belga por  
T. Nobell  
Ed. L. Miracle, Barcelona,
- Jennings Simon (C. E.)  
*The new guide to professional  
illustration and design*  
Consultant Editor Jennings Simon  
Ed. Headline, London, 1987
- La Quinta Casa de Correos: Crónica  
del Servicio Postal en México*  
Secretaría de Comunicaciones  
y Transportes, Servicio Postal  
Mexicano México D. F., 1990
- Lara Luis Fernando (Director)  
*Diccionario Básico del Español  
de México*  
El Colegio de México  
México D. F., 1986
- Mucha Alphonse Maria  
*Original Mucha Postcards:  
24 ready-to-Mail Full Color Card*  
Dover Publications, Inc.,  
New York, 1987

Harrison Tony  
*Técnicas de la publicidad*  
Ed. Deusto, Madrid 1990

Parramón José María  
*Publicidad Técnica y Práctica*  
Colección Aprender Haciendo  
5a edición, Instituto Parramón,  
ediciones, Barcelona, 1972

Prieto Castillo Daniel  
*Diseño y comunicación*  
2a edición, Universidad  
Autónoma Metropolitana,  
UAM Xochimilco,  
Departamento de teoría y análisis,  
México D.F. 1987

Quintana José Miguel  
"Las tarjetas postales ilustradas"  
*Boletín bibliográfico de la Secretaría de  
Hacienda y Crédito Público*  
No. 391, Editado por la Dirección  
General de Prensa, Memoria,  
Biblioteca y Publicaciones,  
México D. F., miércoles 15  
de mayo de 1968

Rand Paul  
*A Designer's Art*  
Yale University Press, New Haven  
and London, Indiana, 1985

Read Hadley  
*Communication: Methods  
for all media*  
Urbana, University of Illinois, 1972

Ries Al, Trout Jack  
*Posicionamiento, el concepto que ha  
revolucionado la comunicación publi-  
citaria y la mercadotecnia*  
Ed. Mc. Graw Hill,  
México D. F., 1995

Ruvalcaba Laura, Chiquiar Daniel,  
Álvarez Gustavo  
"Avances en la investigación sobre  
Niveles Socioeconómicos"  
*Segundo Seminario de Actualización  
Profesional AMAI*  
*Asociación Mexicana de Agencias de  
Mercado y Opinión Pública*  
México D. F.,  
20 y 21 de julio, 1995

Swann Alan  
*Diseño y Marketing*  
Serie Manuales de Diseño  
Ed. G.G., Diseño, Barcelona, 1991

Swann Alan  
*Cómo diseñar retículas*  
Tr. Carlos Sáenz de Vallecourt  
Serie Manuales de Diseño  
Ed. G.G., México, 1990

Scott Robert Gillam  
*Fundamentos del Diseño*  
Tr. Marta del Castillo de Molina  
Y Vedia  
10a edición, Ed. Víctor Lerú S.A.,  
Buenos Aires, 1976

Turnbull Arthur T.,  
Baird Russell N.  
*Comunicación Gráfica, tipografía,  
diagramación, diseño, producción*  
2a edición, la reimpresión 1992  
Ed. Trillas, México D. F., 1990

Wong Wucius  
*Fundamentos del diseño bi y  
tridimensional*  
Tr. Homero Alsina Thevenet  
2a edición, Ed. G. G.,  
Barcelona, 1981

Wong Wuicius  
*Principios del Diseño en Color*  
Tr. Emilio Olcina i Aya  
3a edición, Ed. G. G.,  
Barcelona, 1992

*Animales Mexicanos El Jaguar*  
Serie: educación ambiental  
Consejo Nacional de Fomento  
Educativo CONAFE, Subdirección  
de Desarrollo, 5a reimpresión,  
México D.F., 1994

*Ballenas en la Bahía*  
Folleto editado por el Poder Ejecutivo  
del Gobierno del estado de Baja  
California y el Museo de Ciencias de  
Ensenada  
Ensenada, B.C., México, s/f

*Catálogo de tortugas marinas de  
México*  
Dirección General de Flora y Fauna  
Silvestres  
Subsecretaría de Ecología, México,  
1984

Camarillo R. José L.  
Rivera A. Fermín  
*Áreas Naturales Protegidas en  
México y Especies en Extinción  
Proyecto Conservación y Mejoramiento  
del Ambiente (C y MA)*  
Unidad de Investigación ICSE,  
ENEP Iztacala UNAM

*Descubre el Zoológico de  
Chapultepec y disfruta con nos-  
otros el cambio*  
Folleto editado por el Zoológico de  
Chapultepec y el Departamento del  
Distrito Federal, para  
contribuir al fondo educativo del  
Zoológico. México D. F., 1994

*Especies en Peligro*  
Revista de Naturalia A. C.  
Vol. 3, número 1, México D. F.,  
enero-febrero, 1994

Grassé Pierre-Paul  
*La vida de los animales*  
Tr. Francisco Gil Martínez  
tomo I (La población  
de la tierra), tomo III (hacia el  
hombre), 3a edición, Ed. Planeta,  
Barcelona, 1975

*Guía de identificación de las  
aves protegidas por la  
Convención Sobre el Comercio  
Internacional de Especies Ame-  
nazadas de Fauna y Flora Sil-  
vestres CITES*  
Una iniciativa del Servicio Cana-  
diense de la Fauna del Ministerio de  
Medio Ambiente del Canadá y del  
Colegio de Baie-Comeau.  
Publicado por la Autorización  
del Ministerio del Servicio  
Canadiense del Medio Ambiente y la  
Fauna, 1994

*Guía México Desconocido, Ani-  
males en Peligro de Extinción*  
No. 13, edición especial  
Ed. Jilguero, México D. F.,  
febrero, 1994

Herrera García Carlos  
*Fauna de México en Peligro  
de Extinción*  
Exposición montada en la estación  
La Raza de la línea 5, Sistema de  
Transporte Colectivo Metro, México  
D. F., julio-agosto, 1995

*Inicio de la campaña en  
defensa de los tucanes de  
México*  
Secretaría de Desarrollo Urbano y  
Ecología SEDUE  
Bacalar, Quintana Roo, 7 de no-  
viembre de 1986, (trípico)

Jonch Cusniper Antonio  
*La vida maravillosa de los  
animales*  
Tomo I Vertebrados  
Ed. Insúmito Gallach de librería y  
ediciones, S.L., Barcelona, 1972

Mundo Maya  
Volumen I, No. 2  
Comisión Empresarial MUNDO  
MAYA de México A.C.  
Invierno-Primavera 1992-93

"Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-1994 que determina las especies y subespecies de flora y fauna silvestres terrestres y acuáticas en peligro de extinción, amenazadas, raras y las sujetas a protección especial, y que establece especificaciones para su protección"

*Diario Oficial de la Federación*  
México D. F., lunes 16 de mayo de 1994

Ramírez Pulido José, et. al.  
*Catálogo de los mamíferos terrestres nativos de México*  
México, Ed. Trillas, 1982

Rodríguez Estrella Ricardo  
*El Águila Real (Aguila chysaetos) en el desierto de Vizcaíno, Baja California Sur. Parámetros para su conservación.*

Soberón Mainero Jorge, Dr.  
"La biodiversidad en México"  
*Especies en peligro, Revista de Naturalia A. C.*  
Vol. 3, número 4, México D. F., julio-agosto, 1994

*Unidos Para la Conservación/Ford,*  
calendario  
Agrupación Sierra Madre, S.C.  
para Ford Motor Company y su red de distribuidores  
ISBN 968-6397-08-06  
Impreso en México, 1992, ASM.

*Unidos Para la Conservación,*  
Tarjeta Postal, Agrupación Sierra Madre, S.C.,  
ASM-P25 Venado cola blanca  
Foto: Patricio Robles  
ASM-P37 Ballena gris  
Foto: Allan Morgan  
Distribuidor: Post-Art