



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

“Cartel para la presentación del libro de la Feria  
Internacional del Libro del Instituto Politécnico Nacional”

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Fabiola Liliana Arias Mendoza

Director de Tesina: Jorge Álvarez Hernández

México, D.F., 2010.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

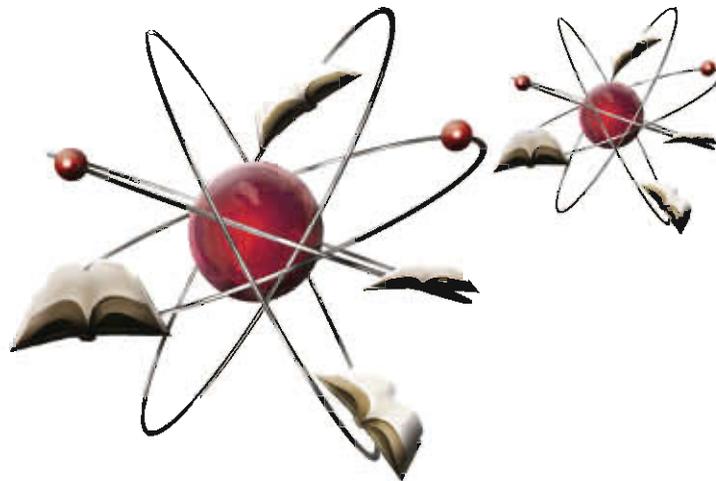
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“CARTEL PARA LA PRESENTACIÓN DEL LIBRO DE LA FERIA  
INTERNACIONAL DEL LIBRO DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL”



TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:  
FABIOLA LILIANA ARIAS MENDOZA

DIRECTOR DE TESIS:  
LIC. JORGE ÁLVAREZ HERNÁNDEZ

MÉXICO, D.F., 2010.

# Índice:



Introducción	3
Capítulo 1. Feria Internacional del Libro del Instituto	
Politécnico Nacional	5
1.1 Antecedentes	5
1.2 Otras ferias del libro	7
1.2.1 Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería (FILPM)	8
1.2.2 Feria Internacional del libro Infantil y Juvenil (FILIJ)	
1.2.3 Feria Internacional de Guadalajara	10
1.3 ¿Por qué una feria del libro en el Politécnico?	13
Capítulo 2 Diseño gráfico y Cartel	
2.1 Diseño gráfico	17
2.1.1 Breve historia del diseño	17
2.1.2 ¿Qué es el diseño gráfico?	21
2.1.3 Función del diseño	21
2.2 Cartel	23
2.2.1 Breve historia del cartel	23
2.2.2 Definición de cartel	28



2.2.3 Características del cartel	28
2.2.4 Tipos de cartel	31
Capítulo 3 Cartel para la presentación del libro de la FIL Politécnica	
3.1 Planeación	37
3.2 Diseño y elaboración	43
Conclusiones	49
Bibliografía	50

## Introducción:



En el transcurso de esta década, el mundo se ha transformado cubriéndose con una red invisible de comunicaciones. Con el desarrollo de otros medios- video, televisión, cine, radio, internet.

La función del cartel ha cambiado y pareciera destinado a desaparecer en este mundo cambiante y cada día más tecnificado. Con el cambio, las transformaciones mundiales en México y en el mundo, se ha venido una serie de acontecimientos en lo económico, lo político y lo cultural, que ha influido en el diseño gráfico y particularmente en el diseño de cartel y lo ha hecho un medio de expresión por excelencia.

Comencé a laborar en agosto del año 2007 en la Dirección de Publicaciones del Instituto Politécnico Nacional, es el segundo año que participo en la Feria Internacional del Libro del Instituto Politécnico Nacional, en esta ocasión diseñando una serie de carteles para las presentaciones de libros que se llevaron a cabo dentro de este magno evento. Esta tesina estará basada en un solo cartel de la serie. La idea de crear un cartel, es para promover y llamar la atención de los espectadores para asistir a las presentaciones de libros dentro de la FIL Politécnica, con el fin de dar a conocer las novedades editoriales en cuanto a libros se refiere y venta de los mismos.

El propósito principal de esta tesina es aplicar los conocimientos de Diseño y la Comunicación Visual, específicamente en diseño de cartel, realizado para la presentación del libro de la FIL Politécnica.

Otro de los fines de este proyecto es resaltar la importancia del cartel, ya que este a pesar de los avances tecnológicos que han surgido hasta nuestros días, como el internet, es un medio de comunicación que sigue vigente, si observamos a nuestro alrededor nos daremos cuenta que nos encontraremos al paso al menos un cartel anunciándonos algo.

# CAPÍTULO 1



## **Feria Internacional del Libro del Instituto Politécnico Nacional**

### 1.1 Antecedentes

La FIL del IPN nació queriendo acercar a la comunidad politécnica las nuevas novedades editoriales con temas como Ciencia y Tecnología.

En un principio se llamó Feria del Libro Científico y Técnico, posteriormente para el año 2003 el nombre se transformó en la Feria Internacional del Libro del IPN, se eliminó el término Científico y Técnico para dejarla abierta al público en general y así dejar ver que en esta existían libros sobre todas las manifestaciones culturales, esto incrementó la asistencia del público y de editoriales de corte cultural.(foto 1)

La Dirección de Publicaciones del IPN ha sido la encargada de la organización de la feria, estos son los nombres de los Directores que han mantenido esta tradición:

-Ramiro Aguirre Garín

-César Santomé Figueroa

-Javier García Gama

-Ignacio Flores Calvillo

-Wilevaldo Lara Vargas

-Manuel Arturo Salcido Beltrán

La Feria Internacional del Libro del Instituto Politécnico Nacional tiene sus inicios en 1982 con el Lic. Ramiro Aguirre Garín Director de la Dirección de Publicaciones del IPN en ese momento teniendo como sede el Centro Cultural Jaime Torres Bodet en Zacatenco y expusieron ocho editoriales entre las cuales destacaban: Editorial UNAM,



Trillas, Noriega, McGraw Gill, entre otras, posteriormente continuo la sede en el mismo lugar, para 1996 esta se traslado al Centro de Educación Continua de la ESIME ubicada en el exconvento de San Lorenzo, con este cambio se incrementó el número de editoriales a veintidos aproximadamente, esto motivó a los organizadores a cambiar la sede nuevamente a el Centro Cultural Zacatenco en el año 2003 ( antes mencionada) para 2005 se ocupó un edificio nuevo, este fue en el Centro de Formación e Innovación Educativa (CE-FIE) ubicado en la Unidad Adolfo López Mateos de Zacatenco.

En la actualidad, a la feria concurren 167 editoriales entre las que destacan: UNAM, IPN, Trillas, Porrúa, Plaza y Valdés, Alfaomega, Castilibros, etc. y en su penúltima versión 2007 se llevó a cabo en catorce sedes simultáneamente dentro de la República Mexicana participando: Zacatenco, Chapultepec, Tijuana, Durango, Chihuahua, Monterrey, Culiacán, Campeche, Morelia, Chilpancingo, Ensenada, La Paz, Chiapas y Querétaro.



Foto 1 FIL Politécnica

## 1.2 Otras Ferias del libro



### 1.2.1 Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería (FILPM)

La Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería (FILPM), llega a su tercera edición. La feria es organizada anualmente con el objetivo de dar a conocer a la sociedad en su conjunto y a la comunidad universitaria, las novedades de la industria editorial mexicana.

“Su incomparable sede, el Palacio de Minería, monumento de siglo XVIII ubicado en corazón mismo de la vida cultural de nuestro país permite dar cita a importantes editoriales así como editores y profesores en la materia, que ofrecen a un público siempre fiel, una amplia y variada oferta editorial”<sup>1</sup>.

Uno de los ejes fundamentales de la feria es su notable programa cultural, que figura entre los mayores de todas las ferias del libro del mundo. Debido a su gran aceptación, continuarán las jornadas así como los diversos programas de lectura.



foto 2 FILPM

1 [http://www.fil.com.mx/info\\_int.asp](http://www.fil.com.mx/info_int.asp)



La FILPM, organizada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) a través de la Facultad de Ingeniería, cuenta con el apoyo de diversas dependencias universitarias, de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, así como del Gobierno de la Ciudad de México.

El compromiso primordial de esta feria es dar a conocer sus novedades editoriales y promover cada una de ellas mediante las distintas actividades que se realizan en el marco de la feria, así como en sus diferentes opciones publicitarias.

La FILPM es parte de la mayor tradición cultural en materia del libro y fomento a la cultura que se lleva a cabo en la ciudad de México.



Foto 3 FILPM

## 1.2.2 Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ)

La Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ) es un escape para acercar a las nuevas generaciones a la lectura, a través de libros clásicos y novedades, 380 fondos editoriales han confirmado su asistencia a la referida feria, para poner al alcance de los visitan-

2 [http://www.fil.com.mx.info\\_int.asp](http://www.fil.com.mx.info_int.asp)

tes más de 50 mil títulos, entre clásicos y novedades, a precios más accesibles que en librerías.



El papel de los padres es fundamental para que la FILIJ tenga éxito ya que el hábito de la lectura inicia en casa, y a esta feria le toca mostrar el amplio abanico de posibilidades literarias que existe en el mercado mundial.

“Se considera el evento más importante en materia de lectura para niños y jóvenes del país llega a 28 años de vida con la mística de apostar por ofrecer nuevos atractivos, a través de actividades multidisciplinarias impartidas por especialistas que cada año se actualizan”<sup>2</sup>.

la FILIJ, es la más importante de su tipo en habla hispana, por la cantidad, calidad y origen de las editoriales participantes, el número de títulos expuestos, el público convocado y las actividades culturales y académicas que presenta.

No buscan convocar a miles y miles de personas, pues el público que asiste ya es numeroso, en cambio, lo que pretenden es mejorar la calidad del servicio.

La feria brinda a los espectadores, además de la variada oferta editorial, presentaciones escénicas, lecturas en voz alta, conferencias, exposiciones, talleres y espectáculos.

La FILIJ se realiza sobre 25 mil metros cuadrados del Centro Nacional de las Artes, con su oferta editorial y cultural en torno a la literatura infantil y juvenil, que a lo largo de la feria se presentan libros sobre pedagogía, divulgación científica, ilustración y todos los géneros para disfrutar, acercarse y compartir los múltiples intereses y entornos de niños y jóvenes, esa diversidad incluye lecturas y materiales para maestros y padres de familia.

También se busca condiciones para el mejor encuentro entre el libro y el lector, la FILIJ estimula la creación de obras para el fomento a la lectura a través de concursos, los cuales son el XX Concurso Nacional de Cartel “Invitemos a leer”, el XVIII Catálogo de Ilustradores de Publicaciones Infantiles y Juveniles, el XVII Premio FILIJ de Cuento para Niños 2008, el XII Premio Internacional del Libro Ilustrado Infantil y Juvenil”, cuyos premios son atractivos, a los seminarios asisten escritores, ilustradores, editores, investigadores y promotores de la lectura de Australia, Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, España, Francia, Gran Bretaña,



Italia, Japón, México, Nicaragua, Suiza y Venezuela. Además la feria puede seguirse en todo el país por la red de teleaulas EDUSAT, del canal 23, del Centro Nacional de las Artes.



Foto 4 FILIJ

### 1.2.3 Feria Internacional del Libro

#### Guadalajara

Creada en 1987 por iniciativa de la Universidad de Guadalajara, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, la FIL es actualmente el mayor mercado mundial de publicaciones en español. Cada año recorren sus pasillos editores, agentes literarios, promotores de lectura, traductores, distribuidores y bibliotecarios, que acuden a realizar intercambios comerciales y profesionales. “En la FIL también se dan cita más de medio millón de personas, que a lo largo de nueve días se sumergen en los libros y disfrutan de uno de los festivales culturales más importantes de América Latina”<sup>3</sup>.

Algunos números de la FIL reflejan bien su importancia: 34 mil metros cuadrados de área de exposición, con un promedio anual de más de 1,600 casas editoriales de 40 países; el programa de actividades contempla más de 600 horas de programación; más de 300 presentaciones de libros y más de cien mil jóvenes la visitan cada

<sup>3</sup> [http://www.fil.com.mx/info\\_int.asp](http://www.fil.com.mx/info_int.asp)

año. Su organización deja en Guadalajara una derrama económica superior a los diez millones de dólares.



Más allá de las cifras, la FIL es un patrimonio vital y concreto de la cultura hispanoamericana. A través de sus tres áreas de acción (la editorial, la académica y la cultural), la FIL se ha consolidado como punto de encuentro para la discusión en torno a la cultura contemporánea. Escritores, académicos, artistas, intelectuales y muchas otras personas interesadas en el intercambio de ideas sobre el acontecer cultural acuden a este encuentro anual.

“La FIL es, además, una oportunidad única para renovar los lazos que unen a México e Hispanoamérica con otras culturas. Desde 1993, la Feria tiene un país o región Invitado de Honor para que muestre en este foro internacional lo mejor de su producción editorial y artística. Colombia (1993), U.S.A. (1994), Venezuela (1995), Canadá (1996), Argentina (1997), Puerto Rico (1998), Chile (1999), España (2000), Brasil (2001), Cuba (2002), Quebec, Canadá (2003),



Foto 5 FIL Guadalajara

la Cultura Catalana (2004), Perú (2005), Andalucía (2006) y Colombia (2007) han alimentado ya este espacio”<sup>4</sup>.

Como parte del esfuerzo por mantener la calidad literaria y el desarrollo cultural, la FIL ha creado espacios para una serie de premios que se entregan cada año. El Premio FIL de Literatura en Lenguas Romances que otorga la Asociación Civil del Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe Juan Rulfo, fundado en 1991 por la

4 [http://www.fil.com.mx.info\\_int.asp](http://www.fil.com.mx.info_int.asp)



Universidad de Guadalajara, está dotado con 150 mil dólares y significa el reconocimiento a la trayectoria literaria de un autor. Este premio ha sido entregado a 17 de los más importantes escritores de las letras latinoamericanas contemporáneas: Nicanor Parra, Juan José Arreola, Eliseo Diego, Julio Ramón Ribeyro, Nélida Piñón, Augusto Monterroso, Juan Marsé, Olga Orozco, Sergio Pitlor, Juan Gelman, Juan García Ponce, Cintio Vitier, Rubem Fonseca, Juan Goytisolo, Tomás Segovia, Carlos Monsiváis y Fernando del Paso.

El Premio Sor Juana Inés de la Cruz es una distinción que desde 1993 se concede a una novela publicada escrita por mujeres en idioma español. Los grandes editores, los que hacen de puente entre el manuscrito y el lector, son galardonados por la Feria desde 1993 con el Reconocimiento al Mérito Editorial, galardón que ha sido entregado a Arnaldo Orfila Reynal, Joaquín Díez-Canedo, Neus Espresate, Jack McClelland, Kuki Miller y Daniel Divinsky, Jesús de Polanco, Beatriz de Moura, Antoine Gallimard, Alí Chumacero,

Otros premios que entrega la FIL son el Premio Nacional de Periodismo Cultural Fernando Benítez, fundado en 1991, que se acom



Foto 6 FIL Guadalajara

pañña de un homenaje a un periodista reconocido en el sector cultural; el premio ArpaFIL para jóvenes arquitectos, que incluye también un homenaje a un personaje relacionado con la arquitectura o el urbanismo; el Homenaje al Bibliófilo, creado en 2001, y el Homenaje al Bibliotecario, creado en 2002.(foto 6)



### 1.3 ¿Porqué una feria del libro en el Politécnico?

La FIL Politécnica constituye una oportunidad para refrendar el compromiso institucional de promover el libro y el hábito de la lectura, para el crecimiento personal y el desarrollo cultural de la comunidad politécnica y de la sociedad en su conjunto.(foto 7)

El sector del libro en el que convivimos y compartimos preocupaciones autores, editores, diseñadores gráficos, distribuidores, librerías, académicos, estudiantes y lectores es un sector de la cultura, funciona al servicio de la de la misma y es en los pueblos donde encuentran un razonable acomodo.

No hay cultura sin lectura y no hay lectura posible sin libros, de ahí la importancia de la realización de la feria.



Foto 7 FIL Politécnica



Las principales ferias nacionales que se pueden considerar de corte internacional, por los fondos que exhiben son: Minería, la FIL Guadalajara, FIL Monterrey, Infantil y Juvenil, la reciente de la ciudad de México en el Zócalo.

Las ferias del libro han sido consideradas como medios generadores de la actividad industrial y mercantil que facilitan la difusión y venta de libros, estimulan y acentúan el proceso técnico e incluso constituyen símbolos de cooperación que mejoran la imagen de las empresas editoriales a nivel nacional e internacional.

Desde el punto de vista empresarial han representado una oportunidad única para integrar y proyectar un mensaje coherente hacia los clientes, actuales y potenciales, mediante un espacio de exhibición con un diseño específico, la utilización adecuada de la fuerza de ventas, la disposición de materiales, soportes complementarios y el énfasis en la presentación de los libros.

Para el Instituto Politécnico Nacional desde la perspectiva del nuevo modelo educativo, en su política editorial, las ferias deben entenderse como una modalidad de apoyo a la formación académica que promueve la participación de la comunidad educativa en torno a las novedades y ofertas de libros y materiales educativos, promueven la lectura y proyectan la imagen institucional.

Un instrumento estratégico para lograrlo lo constituye la FIL Politécnica en donde se ofrece a la comunidad educativa y al público en general un espacio de intercambio académico-cultural, que continúe favoreciendo la afición por la lectura, convocando a las principales editoriales, nacionales y extranjeras, instituciones educativas así como organismos públicos y privados.

Es por ello que la FIL Politécnica sin descuidar aspectos comerciales tradicionales, en específico aquellos que se relacionan con la exhibición y venta de productos y con la contribución a relacionar compradores con vendedores de libros y materiales educativos; se privilegia el acercamiento de su propio fondo editorial, la participación de institutos de investigación, centros educativos, editoriales nacionales y extranjeras, instituciones públicas y privadas en apoyo a las actividades académico-culturales para estudiantes, docentes, investigadores y otros miembros de la comunidad politécnica.

La diferencia entre una visión económica comercial y una visión formativa para el desarrollo de este quehacer propio de la Dirección de Publicaciones, estriba en que la feria organizada por el IPN es más

que un evento comercial tradicional, es un verdadero encuentro de intercambio de información y experiencias académicas, culturales y profesionales, de promoción de libro y fomento a la lectura entre los múltiples participantes.



Foto 8 FIL Politecnica (stands)



Foto 9 FIL Politécnica (stands)



Todo esto se ha venido realizando en un ambiente de celebración con la presentación de conferencias magistrales, libros de éxito, talleres de lectura, poesía, exposiciones de arte, actividades para niños, música en vivo y conciertos, actividades todas de interés general.

Las expectativas de este proyecto es que dentro de las políticas educativas y culturales, del Instituto Politécnico Nacional, se le otorgue al libro el lugar que le corresponde y la aportación de recursos.

De ahí que es necesario un impulso decisivo de la FIL Politécnica con la implantación, desarrollo y consolidación de una feria modelo dotándola de la estructura y recursos materiales, financieros y técnicos, que le permita llegar a constituirse en una de las principales ferias del país.

# CAPÍTULO 2



## 2.1 Diseño y Cartel

### 2.1 Diseño

#### 2.1.1 Breve historia del diseño

A través del curso de la historia el hombre ha tenido la necesidad de expresarse ya sea de una manera verbal, escrita o gráfica.

Desde los primeros intentos guturales del hombre por expresarse así como la imitación de sonidos conocidos pasando posteriormente por pinturas rupestres (imagen 1), el desarrollo de la escritura gracias a los sumerios, jeroglíficos egipcios (imagen 2), impresiones chinas, iluminadores medievales todo esto nos lleva a la conclusión de que el hombre siente muy dentro de su ser esa necesidad de expresión y comunicación.

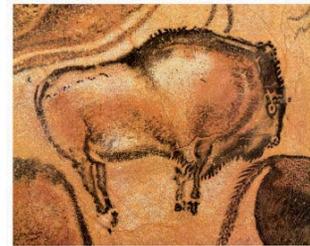


Imagen 1 Pintura Rupestre

A partir de la Revolución Industrial, las artes y los oficios estéticos se fueron apartando de la vida socioeconómica de la gente, es decir la era de la máquina comenzó a crear un abismo entre la vida material de la gente con sus necesidades sensitivas y espirituales.

Como nos menciona el autor Meggs Philip: “No es hasta 1922 que Wiliam Addison Duiggins adoptò el término de Diseñador Gráfico para describir sus actividades como las de un individuo que deba orden estructural y forma visual para la comunicación impresa”<sup>5</sup>.

Ningún diseñador parte jamás de cero, ha heredado un lenguaje básico de diseño que la humanidad ha estado desarrollando durante miles de años, lo que importa es que cada diseñador individual logra expresar con ese lenguaje. Es una obra realmente creativa de diseño, los elementos de diseño se modifican, se combinan y/o se adaptan para producir un resultado original.

Cada estilo personal o tradicional solo puede utilizar algunas de las posibilidades existentes, de hecho muchas pueden ser incompatibles entre sí pero la novedad en el diseño procede del uso activo



Imagen 2 Jeroglíficos Egipcios

5 MEGGS, Philip B. *Historia del diseño gráfico*, Madrid. Ediciones CEAC. 1991 18 p.



del lenguaje ya existente de diseño, muy raramente puede descubrirse un modelo genuinamente nuevo.

Si estudiamos con detalle los grandes diseños del pasado, descubriremos que son obras de una inteligencia diseñadora semejante a la nuestra y capaces de revelarnos ideas que pueden haberse olvidado. Podemos disfrutar de la sensación de formar parte de una gran comunidad de seres humanos que se comunican por medio de las formas, a través del tiempo y del espacio, somos herederos de descubrimientos después de los cuales el diseño nunca volverá a ser el mismo, entre ellos se halla la invención de la rueda, la escritura, la prensa de imprenta, la transmisión de energía, la fotografía, etc.

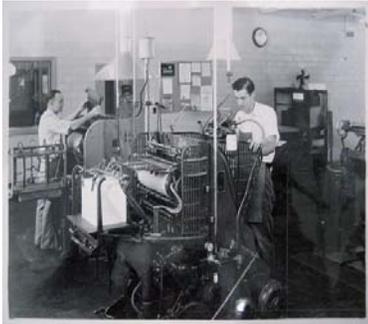


Imagen 3 Imprenta

El desarrollo de una nueva tecnología de composición y prensa en las últimas décadas del siglo XIX , luego de muchos años de impresión manual, produjo muchos cambios importantes en los esquemas de trabajo dentro de las artes gráficas debido a la automatización y la especialización. Aparecieron especialistas de cada fase del proceso, reduciendo las funciones de los tipógrafos, así comenzaron a surgir los diseñadores de tipos, fundidores, compositores, fabricantes de papel, encuadernadores, editores, impresores, etc. (imagen 3).

La tecnología pasa de lo manual a lo mecánico y a lo automático y de un mercado limitado a uno masivo. Creció la demanda del material impreso y el desarrollo de la publicidad fomentó el crecimiento de las ventas de diarios y revistas, recuperando a su vez el uso del cartel publicitario.



Imagen 4 Fotografía

Según Wucius Wong dice: “Una gran generación de diseñadores surge en el siglo XX rechazando el gusto por los estilos históricos, (neoclásico, neogótico, etc.) dando como resultado un nuevo arte : Art Nouveau o Modernismo, el cual incluía ideas procedentes de todas las disciplinas del diseño y el arte, (arquitectura, pintura, diseño de muebles, cerámica, joyería, diseño industrial, ingeniería de la construcción, cine, fotografía, etc.)”<sup>6</sup> (imagen 4) acelerando la evolución en el arte de vanguardia y en el diseño, el Art Nouveau creó al diseño gráfico, no solo como un medio de comunicación de ideas nuevas, si no también para su expresión.

La tecnología proporcionó nuevos medios gráficos a ilustradores y diseñadores, afianzando al modernismo como el estilo dominante del siglo XX. Cabe destacar que las grandes invenciones que se produjeron entre 1850 y 1910 ayudaron a difundir las comunicaciones

<sup>6</sup> WONG, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Editorial Gustavo Gilli, 1995. 56p.

visuales y a inspirar a los diseñadores, entre ellos tenemos: la máquina de escribir, el clisé pluma, la trama, el proceso de impresión a color, la fotografía en color, la composición automática, la instantánea la fotografía de rayos X , la película de animación, las diapositivas de linterna mágica, entre otros.



Entre las influencias del estilo modernista en el diseño gráfico, podemos resaltar que el estilo radical, anarquista, de Dada y los experimentos tipográficos de cubistas y futuristas funcionaron como una línea divisoria.

Es así como se desecharon los estilos tradicionales de tipografía y layout, dando paso a la evolución de un estilo alternativo y adecuadamente moderno de layout con nuevas tipografías mecánicas. (imagen 5)

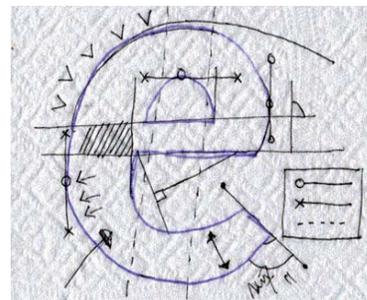


Imagen 5 Tipografía

Los principios inspirados por la evolución que produjo en la industria, la arquitectura y la construcción , la nueva maquinaria industrial, el automóvil, el rascacielos, los gigantescos edificios, las fabricas y los ferrocarriles, dieron paso a la construcción modular en cuadrícula de los edificios de estructura de acero , la cual se convirtió en un metáfora para la construcción de la página en una herramienta fundamental del diseño gráfico , estos principios arquitectónicos se aplicaron directamente a las artes graficas en las estructuras en las estructuras básicas dentro de las cuales se desarrollan los estilos asimétricos y tradicionales del modernismo.

Tomando en cuenta como punto de partida a los últimos sesenta años del siglo XV que enmarcaron el nacimiento y el desarrollo de la tipografía, las secuelas de las iniciativas y experimentaciones gráficas surgen en el siglo XVI con la energía creadora con que se dieron origen a innovadores diseños de tipos, normas o composición ilustraciones y encuadernaciones, conjuntamente con representantes de gran prestigio.

En lo que se refiere a la historia del diseño gráfico, cabe destacar la influencia que tuvieron hechos como la Revolución Francesa y la Industrial, para el desarrollo del comercio y de la actividad publicitaria.

Además es importante tomar en cuenta que muchos aspectos políticos, sociales y religiosos de cada época, han influido en la evolución o retroceso en lo que concierne a los trabajos impresos, desde la creación de los tipos de letras, en el trabajo tipográfico, hasta la aparición de los libros, periódicos, enciclopedias, carteles, entre otros.



En la actualidad los seres humanos debemos hacer un esfuerzo cada vez mayor por adaptarnos a las exigencias de un mundo circundante que no deja de tornarse cada vez más complicado.

En los tiempos que recorremos se está dibujando ante nuestros ojos un paisaje nuevo con un clima diferente, hoy la técnica ha llegado a ser un factor primordial en nuestra existencia. Si hace pocos años la actividad del diseñador gráfico se limitaba a la creación de carteles, anuncios, envases, pictogramas, etc., hoy su campo de acción se ha ampliado de tal modo que prácticamente abarca todos los dominios de la representación y la creación de formas. A consecuencia de la industrialización y la automatización, en los últimos años cierto número de oficios que desempeñaban un papel importante en el dominio del arte industrial se vieron privados de su función creadora o simplemente quedaron condenados a desaparecer. Hay signos e que además de litógrafos, quimiógrafos y grabadores, además del pintor de letras, el abanista, el cerrajero artista, etc. otros representantes importantes del arte industrial tomarán el camino de la plena tecnificación, como por ejemplo el tipógrafo y el impresor. Las transformaciones acontecidas en el seno de estas profesiones o su simple desaparición han dado lugar a una nueva situación. Las tareas creativas propias de las mencionadas profesiones son hoy, en su mayor parte, asunto del diseñador, y las mecánicas se van dejando cada vez más a la máquina. Esta reestructuración general tiene por consecuencia el que el diseñador actual deba poseer conocimientos de fotografía, estética industrial, tipografía, dibujo, representación espacial, técnicas de reproducción, idiomas, etc.

La revolución del diseño gráfico está estrechamente ligada al desarrollo de la ilustración, la fotografía, la tecnología de la impresión y la tecnología digital. Tiene un campo de actualización difícil de delimitar y ya rebasó sus fronteras tradicionales para abarcar los terrenos del movimiento y nuevos medios. El trabajo del diseñador ha evolucionado con el tiempo, llegando a infinidad de cosas. El diseño gráfico atiende, así, a un entorno cultural y es imprescindible incluirlo dentro de un proceso comunicativo que le sitúa como traductor de unas formas y estructuras que condensarán el espíritu del mensaje.

## 2.1.2 ¿Qué es el diseño gráfico?

El autor Twemlow Alice menciona: “El diseño gráfico es la disciplina técnico-práctica implicada con factores de tipo económico, ideológico y estético”<sup>7</sup>.

El diseño es el medio por el cual ordenamos nuestro entorno, remodelando los materiales naturales para satisfacer nuestras necesidades y lograr nuestros propósitos. Surge entre la zona intermedia de la humanidad y el entorno natural, expresa las intenciones, deseos y esperanzas humanas.

La evolución de la raza humana dependió de nuestra capacidad para desarrollar modelos adecuados de relación con el entorno. Nuestro cerebro desarrolló una inteligencia especial que nos permite planificar y aplicar técnicas para afrontar retos específicos, planteados por el mundo natural, en épocas primitivas aprendimos a fabricar herramientas y otros objetos para cazar, cocinar y posibilitar medios para vivir cada día más complejos (imagen 6).

El diseño implica modificar las formas de los materiales existentes haciéndolos apropiados para lo que deseamos que hagan.

## 2.1.3 Función del diseño gráfico

El diseño tiene por objeto detectar y solucionar problemas o necesidades de información así como la configuración de los mensajes transformándolos y posibilitando su comprensión.

El diseñador gráfico restablece con su método de trabajo, el contacto entre el arte y el público con la capacidad de darle al arte más que un sentido estético, una función comunicativa, expresiva y al alcance de toda la sociedad.

Un buen diseño es la mejor expresión posible o la esencia de algo ya sea de un mensaje o de un producto que se pueda producir, distribuir, usar y relacionar con el entorno. Su creación no solamente debe ser estética si no también funcional.



Imagen 6 Diseño Gráfico

<sup>7</sup> TWEMLOW, Alice, *¿Qué es el diseño gráfico?*, Barcelona, Gili, 2007. 24 p.



El diseño es un asunto práctico, entonces el diseñador es una persona práctica, pero antes de que este listo para enfocar estos problemas y tácticas, tiene que ser un maestro para planear y estructurar en forma artística y hábil. El diseñador gráfico es una persona que resuelve problemas y esto significa que no puede alterar dichos problemas, encontrando las soluciones apropiadas.

Bajo la influencia del comercio, las técnicas, las ciencias y la cultura, las formas y la creatividad se encuentran en un movimiento constante. Los medios de comunicación masivos de nuestro tiempo exigen de una manera constante, innovación visual del diseñador. Los medios electrónicos y las computadoras ofrecen una gran cantidad de estas innovaciones visuales y el diseñador se encuentra plenamente integrado en este proceso tecnológico para la creación de nuevas experiencias visuales.

## 2.2 Cartel



### 2.2.1 Breve historia del cartel

Como sabemos el cartel ha jugado un papel importante dentro de la sociedad, por ello es importante saber y conocer el desarrollo que ha tenido, así como la utilidad que nos ha brindado.

En la historia del cartel encontraremos diversos autores que han intervenido en la evolución de este, el que es considerado más importante ha sido Cherét el primer cartelista que dio pie a un sin número de obras que hasta el día de hoy son reconocidas. (imagen 7).



Imagen 7



Imagen 8

La historia del cartel nos demuestra como este surge y se desarrolla con el capitalismo en la necesidad que tiene el industrial de dar a conocer su mercancía y estimular en el público el deseo de adquirirla.

Los carteles han mantenido una curiosa relación con la pintura en sus primeros cien años de existencia, a parte de llevar al consumidor medio los movimientos artísticos del siglo XX el carácter y las limitaciones de la publicidad han influido a veces en la forma y dirección de la pintura, esto ocurrió por primera vez en 1870, cuando el cartel acababa de nacer.(imagen 8).

Renau Joseph nos dice:“En 1866 Jules Chéret, (1836-1933) empezó a producir en París carteles litográficos, en color con su propia prensa. Bal Valentino es uno de ellos, la forma del cartel que ha llegado a nosotros data de estos años y se debe a la coincidencia de dos factores: ciertas mejoras técnicas en la impresión litográfica y la presencia del propio Chéret”<sup>8</sup>.

En 1858 Chéret realizó su primer diseño litográfico en color, pero su verdadera aportación a la historia del cartel se inició con su regreso a París tras una estancia de siete años en Inglaterra, fue entonces cuando empezó a realizar carteles con una maquinaria inglesa.

Esto es la razón de que el nombre de Chéret haya llegado a ocupar el primer lugar en la historia del cartel, sus carteles más de mil, son magnificas obras de arte, en lugar de reinterpretar los grandes murales del pasado para el público de su tiempo creando extensos lienzos de salón, encontró un nuevo lugar para su obra: la calle.

Chéret hizo suyo el lenguaje visual del arte popular que se utilizaba en los programas de circo decorados- como el Cirque Rancy de mediados de los años 1860, y lo ensanchó, como sólo él podía hacerlo con su experiencia de litógrafo. Sus carteles combinan la técnica y la interpretación tradicionales del gran arte mural.

Menciona Renau Joseph: “Los anuncios públicos tienen una gran historia cuyos orígenes se remontan a la antigüedad. No obstante es mas realista iniciar el estudio de su evolución con un ejemplo mas reciente como, el primer anuncio impreso aparecido en Inglaterra, obra de Wiliam Caxton (1477)”<sup>9</sup>. Es en 1869 cuando empiezan a aparecer los carteles de Chéret, para encontrar un anuncio de este tipo en el que apunta ya el diseño nuevo y sobrio que será después la característica esencial del cartel.

8 RENAU Joseph, *Función Social del cartel*, Barcelona, Gedisa, 1976. p. 14

9 RENAU Joseph, *Función Social del cartel*, Barcelona, Gedisa, 1976. p. 16

La influencia de este creció cuando los artistas jóvenes comprendieron que el cartel, por su propia naturaleza, iba a crear una especie de taquigrafía visual, que permitiría expresar ideas de una forma sencilla y directa.



Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901), acentuó el estilo de Chéret, pero la utilizó para describir la vida cotidiana de esta época. Mientras discípulos de Chéret como Georges Meunier, en un cartel titulado L'Elisée Montmartre (1895), o Lucien Lefèvre en Electricine (1895) representaban los cabarets de o escenas domésticas a la manera de Chéret, la aportación de Lautrec a al evolución del cartel fue más allá, utilizó el cartel como medio para expresar el elemento caricaturesco, irónico y satírico, las formas sencillas y lisas, la línea decorativa eran artificios que Lautrec podía emplear en un cartel. Sus carteles tienen un carácter de bosquejo y volveremos a encontrar etc. formulación simplificada en la obra de muchos pintores en la primera mitad del siglo XX. Lautrec elimina los elementos tradicionales de la obra de Chéret como figuras con más movimiento y la utilización de distintos colores; exagerando aspectos expresivos, los diseños de Lautrec alejan al cartel de las ilustraciones de libros, y de la pintura tradicional de caballete, la contribución de Lautrec al arte del siglo XX se refleja indirectamente en todos los diseños de carteles pues ayudo a establecer el carácter directo del cartel como una forma artística.(imagen 9).

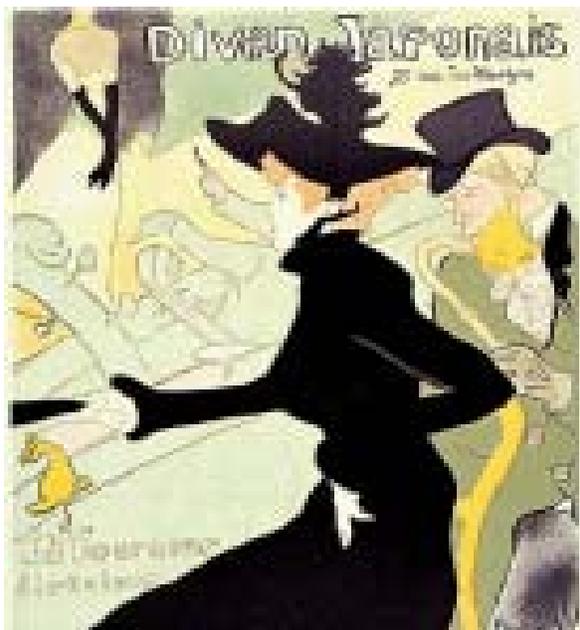




imagen 10 obra Dumier



imagen 11 Edificio Bauhaus



imagen 12 Cartel Bauhaus

Otro artista cuyos carteles contribuyeron al desplazamiento desde el naturalismo hacia el periodismo narrativo o descriptivo fue el suizo Théophile Alexandre Steinlen, que llegó a París en 1881. Tanto Steinlen como Lautrec continuaron explorando el área del comentario social en las artes visuales, un aspecto ya tratado por artistas como Daumier.(imagen 10)

Dentro de la historia del cartel también podemos nombrar a la Bauhaus. El nombre de Bauhaus deriva de la unión de las palabras en alemán Bau “de la construcción” y Haus “casa”.(imagen 11 y 12).

Sus propuestas participaban de la idea de una necesaria reforma de las enseñanzas artísticas como base para una consiguiente transformación de la sociedad de la época, de acuerdo con la ideología socialista de su fundador Walter Gropius. La primera fase (1919-1923) fuè idealista y romántica, la segunda (1923-1925) mucho más racionalista y en la tercera (1925-1929) alcanzò su mayor reconocimiento, coincidiendo con su traslado de Weimar a Dessau. En 1930, bajo la dirección de Mies van de Rohe, se traslado a Berlín donde cambio por completo la orientación de su programa de enseñanza.

La Bauhaus sentó las bases normativas y patrones de lo que hoy conocemos como diseño industrial y gráfico, pude decirse que antes de la existencia de la Bauhaus estas dos profesiones no existían tal y como fueron concebidas dentro de esta escuela. Sin duda la escuela estableció los fundamentos académicos sobre los cuales se basaría en gran medida una de las tendencias mas predominantes de la nueva arquitectura moderna, incorporando una nueva estética que abarcaría todos los ámbitos de la vida cotidiana.

También podemos nombrar brevemente al cartel polaco que fue de gran influencia en la historia del mismo. Polonia sestaba devastada desde septiembre de 1939, la pintura y el diseño gráfico como muchos otros aspectos de la cultura y sociedad polaca habían dejado de existir. De esta devastación surgió la escuela polaca de carteles artísticos, reconocida internacionalmente.

Tras la sociedad comunista, establecida después de la guerra, los clientes son industriales e instituciones controladas por el estado. Los diseñadores gráficos se unen con los productos de películas, escritores y artistas en la unión polaca de artistas, allí se fijan las normas y los honorarios.

El primer artista polaco de carteles que apareció después de la guerra fue Tadeusz Trepkouski (1914-1956) involucraba la reducción de

imágenes y palabras hasta que el contenido era sublimado a su más simple presentación.

El cartel ha llegado a ser un venero de gran orgullo nacional en Polonia. Las radiodifusiones electrónicas no eran su fuerte tras un país comunista por lo que los carteles se consideraban muy importantes de los eventos destacados: culturales, circos, cines, política.

También famoso por sus películas animadas experimentales, Jan Leica (1928) impuso el estilo de montaje hacia una comunicación menos ofensiva y más amenazante. Culmino con un estilo de carteles utilizando curvas de nivel fluidas y estilizadas que se entrelazaban en el espacio y lo dividían en zonas de color con forma e imagen.

Un artista exiliado y radicado en Paris desde 1930, fue Romàn Cieslewies quien toma el cartel y lo transforma en un medio metafísico para expresar ideas profundas , incluye en sus trabajos : collage, montaje e imágenes de medio tono amplificadas a una escala que transforma los puntos en texturas tangibles. La máxima expresión de los carteles polacos se encontró en sus manos. (imagen 13)

En México por ejemplo la tipografía tuvo demasiada influencia el Art Déco, se diseñaron muchas tipografías geométricas, abstractas y sofisticadas como lo podemos observar en los carteles de la época.

Pero como todo movimiento cayó en declive, y las luchas sociales, los movimientos estudiantiles, marcaron otra etapa en el diseño de los carteles en los sesentas, sobre todo en el 68 y 73 se da una movilización social en contra del estado. Los estudiantes, trabajadores, sindicalistas reproducen sus carteles por todo tipo de técnicas desde offset, mimeógrafo o serigrafía muy utilizada por Raúl Cabello.

En la actualidad en México existen cartelistas destacados y de gran talento que han logrado trascender en el mundo del diseño como: Victor Hugo Cabañas, Carlos Badillo entre otros. (imagen 14)



imagen 13 cartel Ella



imagen 14 cartel mexicano



## 2.2.2 Definición de cartel

Podemos definir a los carteles como medios gráficos de comunicación, porque al fin y al cabo su misión es comunicar algo: una publicidad un mensaje, una ideología política, etc.

Los buenos carteles poseen un gran atractivo visual y fuerza emotiva y es por esto que lo vuelven uno de los medios de comunicación de mensajes más eficaces. Los carteles son empleados en la política, el comercio, la educación, la industria, la salud, etc. Y como es un medio de comunicación eficaz, debemos planearlo, realizarlo y saber difundirlo.

Los carteles se definen como materiales gráficos capaces de transmitir un mensaje, se encuentran integrados en una unidad estética compuesta por imágenes que tienen un gran impacto en el individuo y por breves textos. Ellos captan nuestra atención y nos obligan de alguna manera a percibir el mensaje, tienen por objetivo penetrar la conciencia de individuo e inducirlo a adoptar la conducta sugerida por dicho cartel.



Imagen 15 Cartel

## 2.2.3 Características de cartel

El cartel debe ser atractivo, sintetizado e impactante para el espectador y así se quede en la mente el mensaje enviado, ya que en cuestión de segundos el cartel actúa “como un grito en la pared”. Un cartel es un ejercicio de diseño elemental. En primer lugar debes tomar en cuenta el tamaño del cartel, un elemento que se debe tomar en cuenta a diferencia del caso de un libro o un folleto y es que con el cartel siempre tienes que destacar sobre el entorno, además el diseñador debe tomarse en cuenta el efecto del cartel cuando se ve a varias distancias. Crear un cartel que llame la atención a primera vista, pero que siga siendo interesante después, implica concentrar toda la energía creativa en un solo panel (imagen 15).

Por lo anterior podemos decir que en el cartel se encuentra una de las formas más típicas de comunicación visual, su mensaje y su formación deben entrar visualmente y captarse al paso, la lectura global del cartel debe hacer comprensible todo su significado, el texto debe reducirse a lo indispensable, un nombre una frase bre-

ve, una dirección o el resto de información debe darlo la imagen, ya es a pintura, dibuja, ilustración, collage, fotografía, etc.

El cartel moderno es una consecuencia de factores económicos, urbanos y estéticos, ya que la necesidad de ampliar el mercado por ciertos productos estimula el desarrollo de mensajes publicitarios más eficaces para que puedan ser recibidos por todos y resulten agradables para el espectador, además el cartel puede ser manejado en cualquier ámbito ya sea para la presentación de una obra de teatro, de cine, circo, televisión, radio, para anunciar cualquier producto del mercado, en fin, el cartel es expuesto por todos y para todos.

Como nos dice Jonh Foster: “La calle es el lugar ideal donde una serie de grandes pliegos de papel son expuestos ante miles de espectadores y causar distintas reacciones”<sup>10</sup>. El cartel reúne una serie de requisitos que han permanecido invariables hasta hoy, como el hecho de que esta realizado en producción masiva, presenta una integración de texto e imagen de tal modo que cada uno de estos elementos se relacionan y se subordinan a un mensaje. (imagen 16).

Los carteles tienen un tamaño relativamente grande que permite la contemplación de varios espectadores a la vez, las medidas de pliegos en México son 70x95cm y 57x87 cm.

La principal característica del cartel es la sencillez, ya que el cartel tiene como misión llamar la atención e informar de un solo vistazo, por ejemplo, el cartel es eficaz cuando logra entrar en su contenido a un pasajero o automovilista que va a velocidad moderada sin detenerse, esta atracción es causada por el uso de un color vigoroso, aplicado con simplicidad en la forma. Como sabemos el cartel es una pieza publicitaria muchas veces ilustrativa, en él no caben grandes textos, es mas, el cartel puede constar de una sola palabra que haga las veces de ilustración y texto, que ocupe toda el área visual disponible. Generalmente los textos del cartel se realizan con caracteres grandes, pesados y de trazo muy sencillo se iluminan además con colores que contrasten con el fondo pero evitando la vibración.

Para producir un cartel muchos ocupan como opción la serigrafía con ella es mas fácil producir grandes sólidos y porque aquí no se conoce límite de colores, así como el offset, actualmente una forma mas rápida es la impresión en plotter que brinda una excelente calidad y gran número de impresiones, esta puede ser en láser o inyec-

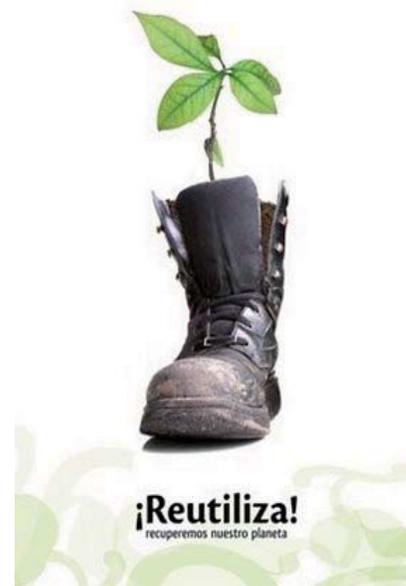


Imagen 16 Cartel formativo

10 FOSTER, John / fusión Collaborative. *Carteles nuevos diseñadores*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 2007 14 p.



ción de tinta, el avance tecnológico nos permite obtener resultados muy buenos ocupando mejor calidad de papel y tintas resistentes a la intemperie.

Por otro lado el cartel ha dado un enfoque social, se emplea para la publicidad de eventos sociales, culturales y políticos y sus variantes tienen una utilidad eminentemente publicitaria en el ámbito comercial.

Las variantes que existen de cartel son: la cartulina, la pancarta, el cartelón y los espectaculares.

Como hemos visto la fuerza publicitaria del cartel es extraordinaria, el hecho de que pueda ser visto de lejos, sin un esfuerzo especial, le da al cartel una gran ventaja y penetración, además de que es un medio gratuito para el espectador, por ello puede disfrutarlo ya que los carteles son grandes obras de arte que agradan a la vista.

Cada uno al observar un cartel nos podemos dar cuenta cuando un cartel está bien diseñado, deja en el espectador una imagen duradera que recordarán por mucho tiempo.

En la actualidad algunos de los diseñadores del mundo volvieron al cartel como medio de expresión personal y con liberación respecto de medios más restrictivos. También se propusieron demostrar que el cartel podía ser una herramienta poderosa a la hora de comunicar el mensaje de un cliente. Apareció entonces el trabajo deslumbrante de artistas como Pentagram, Niklaus, Troxier, entre otros, ellos adoptaron una más subversiva y trabajaron en los campos del teatro y la música para devolver su importancia al cartel. (imagen 17).

A medida que la gente observaba este sorprendente resurgimiento, los clientes llegaron a reconsiderar el cartel como un posible escenario. El cartel reapareció y tal vez está siendo utilizado mejor que nunca. Es cierto que Europa y Estados Unidos tienen ideas muy distintas acerca de su importancia y hay que admitir que la época de las hileras de carteles pegados en las calles de las grandes capitales internacionales ya pasó. Sin embargo los carteles reaparecen, en nuevos lugares y de nuevas formas. Y el futuro del cartel es ahora.



Imagen 17 Cartel de Niklaus

## 2.2.4 Tipos de Cartel



Existen en el mercado dos tipos de cartel, los informativos y los formativos.

Los primeros fueron planeados para comunicar eventos, cursos reuniones, conferencias espectáculos, etc. Este tipo de cartel puede ser dado a conocer sólo en formato de texto por lo cual se recomienda emplear letras grandes sobre un fondo de color que contraste. Los texto de dicho cartel deben darle al espectador solo la información de carácter indispensable, estos carteles también pueden estar acompañados de imágenes hechas a base de formas u objetos que suelen acompañar textos cortos.

Los carteles formativos se utilizan para proporcionar el establecimiento de hábitos tales como salud, higiene, limpieza, seguridad, etc. También pueden ser utilizados para fomentar actitudes de confianza, esfuerzo, actividad, etc. En .os carteles formativos las imágenes poseen una gran preponderancia sobre el texto, el mensaje se expresa gráficamente en forma concisa y clara en donde el texto tiene un escaso margen de aparición, la función del mismo es darle énfasis a la imagen que estamos percibiendo. (imagen 18)



imagen 18 cartel formativo



Un estilo de cartel que podemos mencionar al Art Nouveau, este fue el estilo moderno más característico del cambio de siglo, este cartel dio un valor decorativo y ornamental a las configuraciones lineales y con frecuencia derivaban de formas orgánicas.

Este estilo surge en parte del movimiento inglés de arte y oficios, se desarrollo en los diversos países de Europa y Estados Unidos.

La característica principal y específica en el diseño de carteles es la fantasía, que normalmente adopta expresiones orgánicas y estaba estrechamente relacionada con la ilustración.

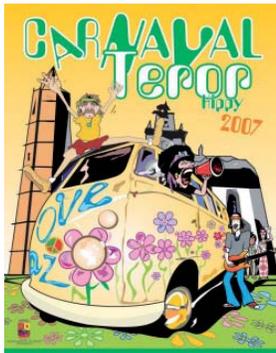


Imagen 19 cartel pop

Rodolfo Fuentes nos dice: “Como hemos visto el Art Nouveau contenía elementos de diseño que anticipan evoluciones futuras pero que también representaban referencias de un remoto pasado., una de las obras maestras más típicas del Art Nouveau es la asombrosa labor característica de Alphonse Mucha ya que dentro de sus carteles más conocidos estan relacionados con Sarah Beruhardt conocida actriz de esa época, al ver la obra de Mucha da la impresión de que el espíritu de Sarah esta impregnada en todos sus diseños”<sup>11</sup>.

Otro estilo que cabe mencionar en cuanto a su forma conceptual es el cartel pop, inicio de estos carteles se dio en noviembre de 1965 aproximadamente, en una exposición titulada Judenstil, este evento fue de gran importancia e interés para los diseñadores ya que marcó un nuevo estilo artístico “el cartel hippie”.

Los diseñadores de este cartel recurren mucho al pasado, este tipo de cartel, es más elaborado y más accesible, en el se resucitaron algunos métodos empleados por los diseñadores de los años noventa, pero exagerándolos y amplificando sus efectos, hubo un constante bombardeo de los sentidos en este tipo de carteles que terminaba creando un público condicionado, cuyos gustos respecto a la experiencia visual son muy sofisticados.(imagen 19).

La consecuencia para la publicidad de estos carteles han sido en general convertir el anuncio comercial en un mural decorativo, así como enlazar los carteles de los años 1970 con los diseños de hace casi cien años.

En conclusión, carteles de los años sesenta se alimentan de la imaginaria contemporánea pero mezclada con estilos del pasado.

11 FUENTES, Rodolfo, *La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa*, España. Editorial Santillana, 2005. 31 p.

## Publicitario



Este cartel aparece en el siglo XIX ya que aquí se obliga a considerar el problema de la publicidad en la totalidad de su conjunto más allá de su expresión artística.

El cartel comercial aparece en un ambiente un tanto burgués y limitado, su actividad quedaba reducida a las necesidades de la propaganda local. El cartel adquiere una cierta personalidad plástica, impulsado por el apogeo de su utilización creciente como medio fundamental de propaganda, por ello en esta época arranca ese característico estilo decorativo y banal que perdurará en todo el desarrollo del cartel.

Jonh Foster nos menciona: “El estilo decorativista de principio de siglo muere con los primeros estruendos de la conflagración europea, estas condiciones producen un ambiente psicológico especial que se caracteriza por una marcada tendencia de exacerbación erótica, es por ello que esta tendencia anormal impregna de prevención, toda la producción cultural de los años de guerra y postguerra, en este proceso el cartel comercial desempeña el papel de recurso para estimular la capacidad de consumo de las masas”<sup>12</sup>.

El capitalismo va perfeccionando sus procedimientos de captación y para este fin necesita manejar ciertos recursos humanos que inciten los sentimientos de las personas, asociándolos a productos industriales para crear así el complejo psicológico más favorable a la especulación comercial.



imagen 20 <http://www.artdetroya.org>

12 FOSTER, John / fusión Collaborative. *Carteles nuevos diseñadores*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 2007 32 p.



Dentro del cartel publicitario resalta el juego exacto de los volúmenes y el equilibrio frío, que emanan de las formas mecánicas estas determinan la forma estilística de toda la plástica publicitaria. La estructura alemana es rellena con valores nuevos de espíritu y de humanidad, remozada con las coloraciones del impresionismo francés y con los valores más vivos de la experiencia cubista y surrealista.(imagen 20)

Y entonces es cuando el cartel publicitario, superadas sus expresiones particulares y asociadas en síntesis virtual y orgánica, adquirirá el valor más universal de su personalidad.

## Político

Aquí la libertad de creación está condicionada a los intereses de supremos del utilitarismo capitalista.

Para el cartel político existe el predominio de las clases sociales, cuyo orden determinante es de orden capital, la posición del cartelista como artista y como hombre, ante la realidad de los hechos sociales, el sentido de su de apreciación del fondo humano de la lucha de clases como motor dinámico de todo cuanto acontece hoy en la tierra es para el cartel político fundamental y decisivo.

A diferencia del cartel publicitario hablando de este en regímenes fascistas vive de precario, sin encontrar el estímulo vital que independice sus formas del cuerpo de la propaganda comercial, ya que el fascismo no es más que un gran cartel que pretende convencer-nos de las excelencias de la mercancía averiada del capitalismo.

El título de carteles políticos nos trae inmediatamente a ala memoria el aspecto de las vallas y muros animados cada cuatro años por los rostros y lemas de las campañas electorales. (imagen 21).

La cartelería política no se limita, si embargo al periodo electoral.

Desde los escritos a mano y los reproducidos por fotocopia hasta las sofisticadas composiciones de una agencia de imagen, pagada en cifras millonarias, partidos y grupos realizan carteles, con motivo de manifestaciones, marchas, conmemoraciones anuales, suce-



Imagen 21 De un gran cartel  
<http://www.psoepozuelo.wordpress.com>

sos y movilizaciones sobre acontecimientos locales o de carácter universal.



La cartelería fue el apartado en donde los partidos políticos invirtieron hasta un 50%. En los últimos años en cambio su importancia va siendo progresivamente menor, se atribuye esta disminución a razones sociológicas, la desmovilización y el desinterés de los ciudadanos por la política y sobre yodo a la fuerza de la televisión.

Los partidos pequeños muy limitados por sus escasos medios económicos, siguen pidiendo el voto a través de carteles intentando colocarlos en los lugares mas concurridos y en el mayor número posible.

Si bien el uso de espacios públicos hace descender a los carteles en bandos y proclamas, es la imagen en el sentido más amplio, que incluye el tamaño, el color, el grafismo y la distribución tipográfica del texto lo que se considera el elemento decisivo para cumplir la misión que el cartel pretende: hacerse notar y atraer la atención mediante el impacto visual para transmitir información de, manera inmediata con un lenguaje breve y claro.

## Tipología del cartel por función

Básicamente los principios de diseño de carteles y demás anuncios son los mismos, a excepción en algunos casos la gran escala del cartel, sin embargo hay algunos requerimientos funcionales para la evaluación de la efectividad del cartel, como se verá a continuación: la imagen, la composición espacial, los textos, encabezados, pies, el color como reafirmación del contenido.



## CAPÍTULO 3

### Cartel para la presentación del libro de la FIL Politécnica



#### 3.1 Planeación

Como mencioné, en el marco de la FIL Politécnica hubo una serie de presentaciones del libro del cual fui encargada de diseñar dichos carteles, esto con la idea de promover y atraer a los espectadores para asistir a las presentaciones, y de esta manera, se dieran a conocer las novedades editoriales en cuanto a libros se refiere y por consecuencia la venta de los mismos.

Ante la organización que se llevó a cabo para la FIL Politécnica durante varios meses, previa a su inicio que se daría del 5 al 17 de septiembre de 2008, teniendo como sede Zacatenco, el Director Arturo Salcido Beltrán y el jefe de la División Editorial Héctor Bello Ríos de la Dirección de Publicaciones del IPN donde laboro, me eligieron como encargada para diseñar los carteles de las presentaciones de libros, que como ya mencioné se llevarían a cabo en esta Feria.

Para la realización de los carteles era importante la planeación, teniendo conocimiento de los problemas concretos como: a que público iba dirigido, tema, imágenes, materiales etc., con los cuales me tuve que enfrentar, considero que este cartel es de tipo publicitario, conforme a los ejemplos de carteles que mencioné anteriormente, ya que anuncia el evento de presentación del libro. Cuando definimos los objetivos como el que el cartel atrajera la captación inmediata del público, que incrementara la promoción y difusión del libro (Vencer o morir) y límites como el poco tiempo de elaboración o algunas fallas técnicas inesperadas del plotter, entonces analizamos las situaciones, consideramos todas las opciones disponibles, escogemos los elementos para sintetizarlos y tratamos de llegar a las soluciones más apropiadas, con un grado de objetividad, además en todas las decisiones visuales debe estar presente la respuesta personal para lograr del probable observador del cartel, estética y la comunicación necesaria para que se interese.



Después de esbozar las ideas, se utilizaron reglas y probablemente también compases para construir formas y estructuras, dibujar los perfiles y dar una forma más completa para un dummie y en caso de que existan cambios el proceso se puede repetir una y otra vez.

Posteriormente me proporcionaron una lista de calendarización, en la cual estaban programadas las fechas de las presentaciones, así como el lugar, hora, nombre del libro y su autor.

Como principio se me pidió imprimir 10 carteles por presentación de libro, pero esto se modifica 20 carteles conforme se fue requiriendo esto con el fin de distribuirlos y exhibirlos en más lugares.

Posteriormente programé el tiempo para la realización de los carteles, aunado a esto tenía que considerar el presupuesto que habría para los materiales que se ocuparían, y como estos se imprimirían en Plotter Epson 9800, debía contar con las suficientes tintas y rollos de papel (doblewhite mate) para imprimir un aproximado de 300 carteles.

Una vez teniendo listos los materiales como tintas para el plotter, papel (doblewithe mate paper), los archivos de imágenes, datos de la presentación del libro (hora, fecha, lugar, etc) comencé a bocetar las posibles ideas para el diseño del cartel.

Después de varios bocetos y pidiendo opinión al Jefe de Diseño Sergio Mújica, presenté mis ideas al Director hasta ser aprobada.

Las imágenes utilizadas como el átomo y las portadas de libros, me fueron proporcionadas por el Jefe de Diseño, el átomo se utilizó en el cartel principal de la FIL Politécnica, este lo elaboró otro diseñador yo quise incluirlo en el cartel para la presentación del libro ya que fue la imagen representativa de la Feria y de alguna forma fué el sello distintivo de los carteles, solo que con diferente diseño.

El diseño de los carteles lo dejaron a mi cargo y criterio, tomé en cuenta la tipografía que se manejaría, en este caso por tratarse de un cartel utilice tipografía Georgea fácil de captar al paso, evite letras complicadas que resultaran difíciles de leer como la letra tipo manuscrito, así como el color, distribución de los elementos, tamaño, etc. Las ideas principales antes de realizar bocetos se basaron en qué era lo que iba a realizar a quien iba dirigido, con que imágenes iba a trabajar, qué colores seleccionaría, sobre que soporte y tamaño.

La elección de formato y dimensiones se basa en el aspecto práctico y de producción, en el primero por tener la medida de 40X60 cm, este tamaño relativamente pequeño lo hace apropiado para la superficie donde será colocado como mamparas y paredes. Y de producción porque por su tamaño es práctico imprimir horizontalmente en juegos de dos en un pliego de papel con un ancho de 1m, esto hace mas rápida la producción.



En cuanto a los criterios de composición que utilice, lo hice pensando siempre en buscar un equilibrio entre imagen y texto, dándole principalmente un peso visual a la portada del libro “Vencer o morir”, en primer plano también coloqué el texto colocandolo en orden de jerarquía y tamaño, así como los logotipos, en segundo plano está la imagen del átomo para dar una sensación de profundidad y en tercer plano se encuentra el fondo en degradado de igual forma para crear la sensación de profundidad y volumen. Tomando una gama de color en tonos cálidos como: naranja, amarillo, rojo, etc., esto basado en el tono de la portada.

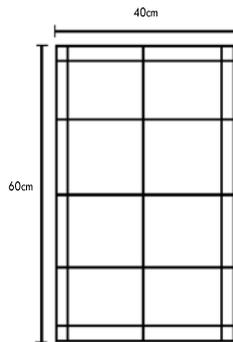
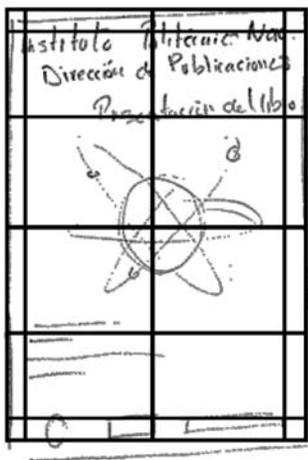


imagen 22

## Bocetos

Los bocetos tienen la misma estructura, utilicé una retícula básica que es la más usada en las estructuras de repetición se compone de líneas verticales y horizontales espaciadas que se cruzan entre sí, dándole cambios de proporción, de este modo las subdivisiones quedan rectangulares y cuadradas, los márgenes laterales y superiores son la misma medida, las retículas sencillas favorecen al diseño concreto que se quiere lograr en este cartel.

Las columnas representan las zonas verticales en que se va a alinear el texto, estas mismas divisiones se usarán para influir en la posición de otros elementos tales como tipos de mayor tamaño, temas fotográficos e ilustraciones, como mencioné, la retícula en forma simple ayuda a conseguir un aspecto equilibrado de un espacio determinado.(imagen 22)



Boceto 1

### Boceto 1

Tenemos la primera idea del cartel poniendo al centro la imagen del átomo como principal motivo, en la parte superior y de manera centrada se simula la leyenda de Instituto Politécnico Nacional y Dirección de Publicaciones, aún no tenía definido donde colocaría la portada del libro, en la parte inferior estarían los logotipos.

### Boceto 2

Aquí eliminé el átomo, el motivo principal ahora es la portada del libro en la parte inferior derecha, cargando la tipografía a lado izquierdo, incluí una pleca en la parte inferior para colocar los datos de lugar y fecha de la presentación.

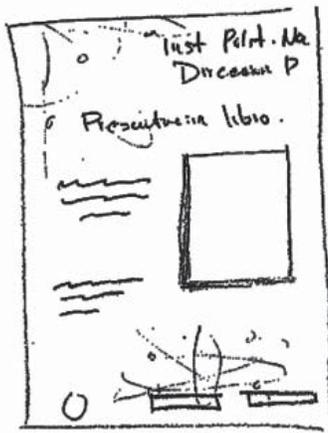
### Boceto 3

El motivo principal es la portada del libro al centro, ahora la pleca está cargada a la izquierda y esta incluye el texto de presentación del libro, en la parte superior el texto está centrado, eliminé la imagen del átomo y jugué con la posición de los textos centrales.



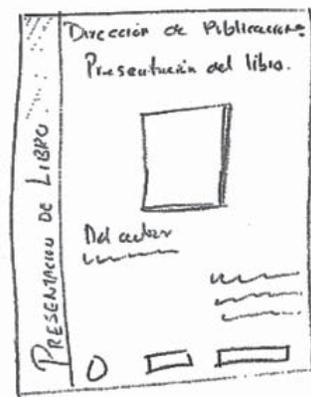
### Boceto 4

Aquí el átomo aparece dos veces en distintos tamaños, el encabezado está cargado a la derecha, el texto (presentación del libro) está colocado al centro y el resto del texto se carga a la izquierda, teniendo nuevamente como motivo principal la portada del libro.



Boceto 2

Boceto 3



Boceto 4



Imagen 23 Cartel final

En este cartel, la retícula o instrumento compositivo se reduce a un eje central que divide el área verticalmente en dos partes iguales, quedando divididos los elementos gráficos de forma simétrica en torno al eje central. Se centran los titulares a la vez que se introduce una retícula de tres columnas dentro del espacio de diseño.

Aquí la prioridad visual es el elemento gráfico (imagen del libro y átomo) en el resto de las zonas que igualmente son compositivamente interesantes, se hizo el acomodo del texto, este es concreto con la información necesaria para cada frase y distribución dentro del espacio del cartel. En este caso nos encontramos con un cartel publicitario, ya que promueve un evento.

Las ilustraciones son basadas en elementos gráficos, es decir, incluyen formas sencillas, líneas rectas, círculos, cuadrados y otras formas geométricas más complejas. Existe una resolución apropiada para cada imagen, están compuestas de un cierto número de píxeles (300 dpi) adecuado para impresión. (imagen 23)

## 3.2 Diseño y elaboración



### a) Software

Con el diseño aprobado (que se muestra mas adelante) inicie a trabajarlo digitalmente, elegí el programa Photoshop CS2 ya que es una aplicación en la que se pueden manipular las imágenes basadas en pixeles y manejar formatos EPS, PDF o TIFF. Es una forma práctica para trabajar con capas cada uno de los elementos, además de que contiene las herramientas necesarias para lo que buscaba realizar. El proyecto tendrá una salida a impresión por lo que al diseñar se toma en cuenta los requisitos para preparar e imprimir el documento.(imagen 24).

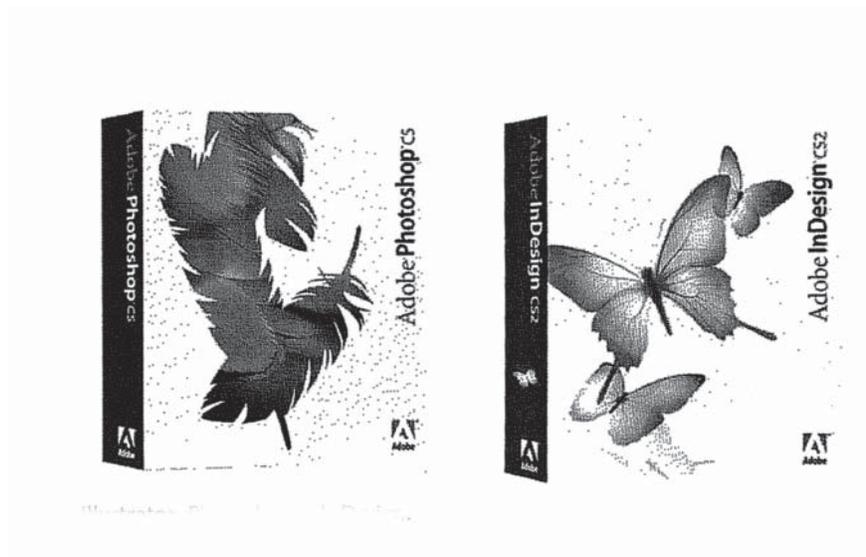


Imagen 24 Empaques de Photoshop e InDesign.

### b) Elementos

Los elementos utilizados fueron imágenes proporcionadas por el Jefe de Diseño de la Dirección de Publicaciones del IPN, como la imagen del átomo (imagen 19),(este representa el año de la ingeniería química), el cual está colocado en la parte derecha a una distancia media del cartel a un tama-

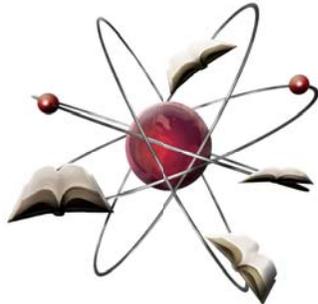


Imagen 25 átomo

ño relativamente grande, tiene una repetición en la parte inferior izquierda, en un 60% menor.

Tomando en cuenta el átomo, una imagen tan dinámica en constante movimiento, decidí colocarla a un tamaño relativamente grande a una opacidad del 50% y solo quedando a la vista las tres cuartas de esta imagen como asomándose y estando en un constante movimiento, sobreponiéndole la base totalmente estática del libro, como dando la impresión que es parte del movimiento del átomo, en uno de sus órbitas de protones y electrones.(imagen 25)

Los libros abiertos que pretenden estar en las órbitas del propio átomo, sugieren estar girando alrededor de él, y el libro del cual estamos hablando pasa por ahí en ese instante quedando así en primer plano con la portada de frente.

El degradado del fondo evidentemente sugiere profundidad, esto de alguna manera nos hace sentir como si estuviéramos en un gran espacio en donde el átomo justamente se encuentra flotando y a lo lejos percibimos como se encuentra otro átomo como si se tratara de otra galaxia, el plano de color en gradación tiene un efecto en la creación de la ilusión espacial, sugiere en la superficie esquemas de luz y sombra, lo que refuerza en cierto grado el realismo.

La imagen de libro que lleva por título “vencer o morir”, habla de dos conceptos que bien pueden ser contrarios, que si lo pensamos en un sentido metafórico tienen un valor semejante y si vemos desde el punto de vista de diseño, tienen una composición simétrica en donde tanto el lado izquierdo como el lado derecho tengan un mismo peso visual.

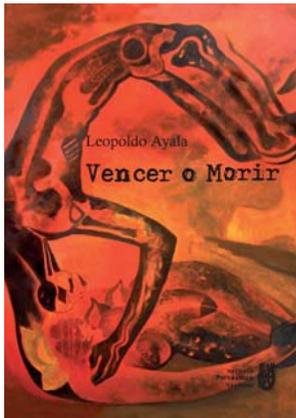


Imagen 26 portada de libro “vencer o morir”

La portada del libro del lado izquierdo a un tamaño grande en relación con los demás elementos para ser visto ya que este es el elemento más importante de la composición, además contiene una sombra para crear una sensación de profundidad y realce. (imagen 26)

Finalmente en los pies, se utilizaron tres logotipos (IPN, FIL Politécnica y el del Gobierno de Distrito Federal), a un tamaño relativamente más pequeño que el resto de las imágenes.(imagen 27, 28, 29)



Imagen 27 logotipo  
FIL Politécnica

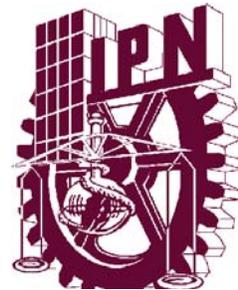


Imagen 29 logotipo IPN



Imagen 28 barra del D.F.

### c) Retícula

Los diseños tienen una estructura, que por regla general impone orden y predetermina las relaciones internas de las formas en un diseño, podemos crear un diseño sin haber pensado conscientemente en la estructura, pero la estructura esta siempre presente cuando hay una organización, en este caso diseñé una estructura para el acomodo de los elementos que contendría dicho cartel, utilizando una retícula básica que es la más usada en las estructuras de repetición se compone de líneas verticales y horizontales parejamente espaciadas que se cruzan entre sí, pero dándole cambios de proporción, de este modo las subdivisiones quedan rectangulares y cuadradas, loa márgenes laterales y superior son la misma medida. El uso de sistemas reticulares sencillos favorece al diseño sencillo y concreto que se quiere lograr en este proyecto.(imagen 30)

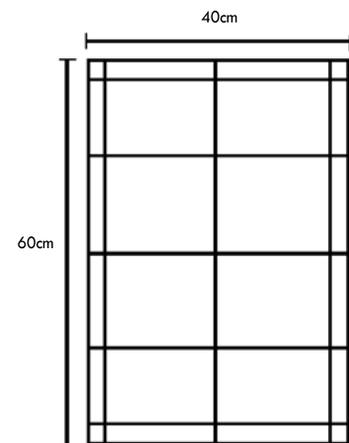


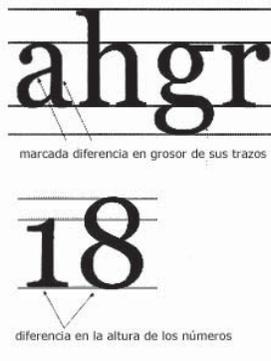
Imagen 30 reticula



#### d) Tipografía

Para este proyecto se elegirá el tipo de letra en función del contenido el cual esta basado en las imagen y ye uqe esta contiene formas circulares como el átomo y el propósito del trabajo que es atraer al espectador mediante un cartel conjuntando imagen y texto, dándole así un sentido formal y concreto para un público en su mayoría académico, la audiencia no tiene un límite de edad, por esto se trata de un texto atractivo.

Solo utilicé un tipo de fuente "Georgia", ya que mas de dos estilos pueden hacerlo confuso, se puede recurrir a las variaciones tipográficas como: tamaño, caja, ancho, peso, cursivas, espaciado y color. En este caso por tratarse de un cartel utilice tipografía fácil de captar al paso, evite letras complicadas que resultaran difíciles de leer como la letra tipo manuscrito.(imagen 31).



Cartel 31 Tipografía Georgia

Toda la tipografía es la misma familia: Georgia, únicamente modificando ya sea su altura, grosor, o haciéndola itálica, esto solo por considerar las diferencias de significado en cada una de ellas, y dar importancia de jerarquía a las frases, desde luego así como el color y sombra generando evidentemente volúmen, me pareció adecuada por lucir seria, elegante, gracias al serif y su delgadez, sin quitarle modernidad.

Para el encabezado (Instituto Politécnico Nacional y Dirección de Publicaciones) utilice la tipografía Georgia, condensada, bold, tienen un color blanco para contrastar con el naranja del fondo y sombra para crear sensación de volumen, a 130 pts.

A la frase (Presentación del libro) está centrada, le di un tono amarillo para resaltarlo del resto del texto a 100 pts, bold, condensada con sombra.

El orden cromático lolo determiné en base a los tonos de la portada del libro para darle sentido al título "Vencer o morir"el cual esta diseñado men tonos cálidos (naranja, amarillo, rojo, etc.) por ello tanto el fondo como la tipografía van de acuerdo con dicha convención de tonos

La frase Vencer o Morir es el título del libro, le di un color rojo con sombra, bold, a 108 pts, mayor que el resto del texto ya que ésta es la frase principal del cartel.

En la parte media del lado derecho a un costado de la imagen de la portada del libro, se encuentra el nombre del autor en color negro a 60 pts., en itálica.



En la parte inferior se encuentra los datos (hora y fecha), a 48 pts., bold, en color rojo con sombra en contraste con el fondo y combinando con los tonos de la portada.

Por debajo de este coloque la frase (Auditorio UPDC), lugar donde fue presentado el libro, en color negro a 48 pts.

e) Formato

El formato es elegido en relación al tamaño de superficie donde será colocado como: una pared, la calle, etc. en este caso se colocó en una mampára por ello elegí un formato vertical, con una altura de 60 cm y un ancho de 40 cm.

f) Papel

Al momento de elegir el papel deben tomarse en cuenta diversos criterios para su evaluación: su perdurabilidad, precio, técnica de impresión y medio de distribución. El papel se puede clasificar de acuerdo con los siguientes criterios: por el tipo de superficie que presente el papel puede ser mate o brillante, por su gramaje. El papel seleccionado fue doblewhite-matepaper).(imagen 32).



Foto 32 Rollo de papel  
(doble white mate-paper)



#### g) Impresión

Los documentos deben cumplir con ciertas características para que tenga el acabado deseado. Se recurre a la cuatricromía para imprimir las imágenes a color, es decir, que se aplica al modelo sustractivo de color, o sea los colores: cyan, magenta, amarillo y negro (CMYK).

El proceso de impresión se lleva a cabo desde la computadora, una vez preparado el archivo en PDF, se ajustan las medidas y orientación de la imagen (vertical u horizontal), destino de la impresora a la que será enviada en este caso el plotter, el color, el papel en que se imprimirá, posteriormente se tiene una vista previa para ver como quedará la impresión. Posteriormente se procede a enviar la impresión al plotter.(imagen 33).

Por tratarse de un plotter de inyección de tinta tardaba en imprimir aproximadamente 5 minutos un par de carteles, después había que cortar el sobrante de papel y preparar los paquetes de 10 o 20 carteles para ser entregados a los autores que quedaban satisfechos al verlos y otros fueron llevados directamente a la FIL Politécnica.



Foto 33 Plotter Epson 9800

Estos fueron expuestos en la feria durante las presentaciones de los libros, tuvieron un buen resultado ante el público, ya que fueron el medio perfecto para atraer al espectador y por lo tanto que llevaran a cabo con éxito dichas presentaciones.

## Conclusiones



Este trabajo fue una experiencia en la cual pude utilizar lo aprendido en la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) en proyectos reales y profesionales, esto mismo me fortaleció y enriqueció.

Con esto tuve la oportunidad de darme cuenta que yo soy capaz de resolver problemas desde el punto de vista de diseño y de manera profesional esto me ha ayudado a engrandecer mis conocimientos.

Afortunadamente el Instituto Politécnico Nacional (IPN) se dio cuenta de la gran importancia y necesidad de resolver la difusión de la FIL Politécnica mediante carteles con un diseño de calidad del cual me eligieron para llevar a cabo este proyecto.

Además el IPN permitió que alguien egresado de la UNAM relacionado con el diseño pudiera solucionar este proyecto, sobre todo porque en el IPN no existe la carrera de diseño.

Al analizar este proceso creativo y llevar a cabo esta tesina me puso a recordar y a tener mis ideas más claras así lograr y hacer conciencia de conceptos y conocimientos que si bien en su momento fueron claros y ahora había olvidado, los reafirme, con esto me refiero al hecho de regresar a la escuela, a la biblioteca y de nuevo retomar el proceso de investigación, de conceptos, de historia, etc.

La Universidad Nacional Autónoma de México es la mejor y la más grande casa de estudios tanto del país como de Latinoamérica, por ello elegí a la Escuela Nacional de Artes Plásticas para llevar a cabo mis estudios profesionales de Diseño, gracias a los profesores y a sus métodos de enseñanza que me ayudaron a descubrir mis alcances como diseñadora y desarrollar mi creatividad, ahora soy egresada de la Carrera de Diseño y Comunicación Visual, capaz de resolver problemas de diseño así como representar conceptos por medio de imágenes para un fin determinado.

Hablando concretamente podría mencionar materias que forman parte importante en el desarrollo de mi carrera como: diseño, dibujo, ilustración, ilustración digital, técnicas de representación, geometría, tipografía, entre otras.



Enfrentarme a un problema real de diseño siempre es una aventura creativa, debe uno de investigar a fondo lo relativo al tema y buscar soluciones mezclando datos tanto de la información directa, como datos surgidos de la investigación de la manera mas creativa posible, siempre buscando que comunique justamente lo que se solicita y no más allá.

El cartel es un medio de expresión que ha evolucionado con la sociedad y la cultura. Por tanto además de su función de comunicación temporal y su uso ornamental, puede ser considerado como un documento en donde quedan plasmados la historia y el desarrollo de la sociedad que lo gestó.

Sin embargo el cartel, cada día continúa experimentando cambios, introduciéndose en los museos y galerías, se ha ido a las azoteas, a las zonas subterráneas -metro- y los parabúses, afianzándose de diversas maneras a su permanencia y manteniendo un papel destacado en la comunicación gráfica contemporánea.

Con el cambio, en México y el mundo, se ha venido un a serie de acontecimientos en lo económico, lo político y lo cultural que ha influido en el diseño gráfico y particularmente en el diseño de cartel y lo ha hecho un medio de expresión.

En mi experiencia el cartel sigue siendo un medio importante de comunicación y diseño, ya que este aplicándolo en mi experiencia profesional es la conexión entre autor y público receptor para la promoción y venta de sus libros, el libro en sí ya es un medio de expresión y comunicación, pero siempre hace falta una vía por la cual darlo a conocer y promocionarlo, por esto el cartel es un medio perfecto ty ha dado un excelente resultado.

El cartel es un medio de expresión noble que permite llevar toda la información en un sólo mensaje, no es costoso, y se puede reproducir en grandes cantidades, además de que su tamaño permite que sea colocado en todas partes.

Me resulta gratificante ver los resultados obtenidos, no sólo en el proceso del diseño de los carteles, sino en el agradecimiento que he recibido dde los autores, profesores y personas en general a las que han visto y hecho uso de mi trabajo y han quedado satisfechas con el resultado. Todo esto me ha hecho crecer tanto laboral como profesionalmente.

## Bibliografía



Bienal internacional de cartel en México, *Carteles de Kazumasa Nagai*, 26 de septiembre al 24 de noviembre de 2006, Museo de Arte Moderno, 1996. 240 p.p.

FOSTER, John / fusión Collaborative. *Carteles nuevos diseñadores*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 2007. 252 p.p.

FUENTES, Rodolfo, *La práctica del diseño gráfico: una metodología creativa*, España. Editorial Santillana, 2005. 143 p.p.

FRUTIGER Adrian. *En torno a la tipografía*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. 2002. 94 p.p.

GUIU Navarro, Silvia, *De cerca y de lejos, concepto de diseño, formato e impacto visual*, Editorial Limusa, 2007. 132 p.p.

MEGGS, Philip B. *Historia del diseño gráfico*, Madrid. Ediciones CEAC. 1991. 216 p.p.

RENAU Joseph, *Función Social del cartel*, Barcelona, Gedisa, 1976. 236 p.p.

SCOTT, Robert William, *Fundamentos del diseño*, Madrid, Editorial Limusa, 1980. 204 p.p.

SWANN Alan. *Como diseñar retículas*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. 1989. 144 p.p.

TWEMLOW, Alice, *¿Qué es el diseño gráfico?*, Barcelona, Gili, 2007. 218 p.p.

VILCHIS, Luz del Carmen, *Metodología del diseño, fundamentos teóricos*, México, Ed. Santillana, 1998. 284 p.p.

WONG, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1995. 348 p.p.

WONG, Wucius, *Fundamentos del diseño bi y tridimensional*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1991. 348 p.p.

WONG, Wucius, *Fundamentos del diseño bi y tridimensional*, Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1981. 256 p.p.