

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“CARTELISMO CONSCIENTE: EL CARTELISMO COMO MEDIO DE ANÁLISIS Y CONSCIENCIA SOCIAL”

Autor: Hoguer Mondragón Damian

Tesis presentada para obtener el título de:
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

Nombre del asesor:

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



T E S I S

Cartelismo CONSCIENTE:

EL CARTELISMO COMO MEDIO DE ANÁLISIS
Y CONSCIENCIA SOCIAL.

Monelia Michoacán, México
2015-2022

Por:
Hoguer Mondragón Damián



UVAQ

M.R.

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

T E S I S

Cartelismo **CONSCIENTE:**

EL CARTELISMO COMO MEDIO DE ANÁLISIS
Y CONSCIENCIA SOCIAL.

Morelia Michoacán, México
2015-2022

Por:
Hoguer Mondragón Damián



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
INTRODUCCIÓN	8
1.1 Definición del tema	8
1.2 Justificación	8
1.2.1 Viabilidad	8
1.2.2 Utilidad y producto	9
1.3 Enunciación del problema	9
1.4 Estado de la cuestión	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	11
2.1 Hipótesis	13
2.2 Objetivo general	14
2.3 Objetivos específicos	14
2.4 Metodología	14
CAPÍTULO III: LA IMAGEN	15
3.1 La imagen	16
3.1.1 Concepto de imagen	16
3.1.2 ¿Cómo se forma la imagen?	17
3.1.3 Estructura de la imagen	18
3.1.4 Elementos Visuales	18
3.1.5 Elementos de Relación	19
3.1.6 Elementos Prácticos	20
3.1.7 Elementos Constructivos	20
3.1.8 Psicología de Gestalt	21
3.1.9 Formación de estructuras compositivas:	24
3.1.10 Esquemas compositivos	24

3.1.11	Equilibrio Visual	24
3.1.12	Módulo y red modular	25
3.1.13	La composición	26
3.1.14	Tipos de imagen representativas	27
3.1.15	Imagen Realista	28
3.1.16	Imagen hiperrealista	29
3.1.16	Imagen abstracta	29
3.1.17	Medios de distribución de la imagen	29
3.1.18	Imagen Impresa	30
3.1.19	Imagen digital	30
CAPÍTULO IV: CONTEXTO HISTÓRICO		31
4.1	Europa	33
4.2	América	36
4.3	La Gráfica Popular Mexicana	39
4.4	Temáticas y personajes	40
4.5	Características y procesos técnicos	43
CAPÍTULO V: PROPUESTA GRÁFICA		47
5.1	El cartelismo consciente	48
5.1.1	¿Qué es el cartelismo consciente?	49
5.1.2	¿Cómo se implementa en la sociedad?	51
5.2	Las propuestas gráficas del autor	53
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES		67
6.1	Gráficas	70
6.2	Anexos	76
6.3	Bibliografía	80



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



★ DEBE ★
Continúa
ache eme de

SU SUERTI
MERECE
UN CHANCE
ache eme de

★ si no pa' que ★

NO HAY
NADIE
COMO TÚ
ache eme de

CAUSA
de mi caos
ache eme de

Inspirado en
El universo hipnótico de Escher donde el arte une el caos y el orden

1.1 Definición del tema

Uno de los aspectos más importantes de los creadores de imágenes es la responsabilidad social. Lo cual señala que los diseñadores gráficos, comunicólogos, artistas visuales, fotógrafos, animadores, cineastas, entre otros, poseen la capacidad de crear imágenes certeras y objetivas haciendo uso de técnicas y conceptos previamente estudiados.

La importancia que esto conlleva, nos obliga a centrarnos en el análisis profundo de la conformación de mensajes como parte medular de la imagen, exponiendo la manera en que la sociedad es influenciada por las temáticas que se exponen.

1.2 Justificación

Desde la perspectiva de esta investigación, a través de la creación de imágenes de cualquier contenido podemos generar un vínculo entre emisor y receptor, logrando interacción e influenciando el actuar o el pensar de cada individuo que las consume.

Un punto de partida es adentrarnos a investigar el origen de la imagen en el diseño gráfico; también formarán parte importante los referentes, el contexto histórico y social, el estilo gráfico, las influencias y las formas que más son utilizadas para la elaboración de estas propuestas, con la finalidad de entender los conceptos básicos y más recurrentes en esta disciplina.

Tomaremos en cuenta la aparición de la gráfica popular mexicana, analizando referentes históricos en el ámbito, además

de las técnicas que se han manejado, hasta adentrarnos en la evolución que ha tenido y el impacto que ha generado a nivel de consciencia social.

Parte importante de la investigación es la elaboración específica de carteles gráficos con contenido consciente; se va a analizar el impacto y el importante papel que juegan en la transmisión de mensajes, los cuales pueden fungir como una forma de lenguaje gráfico o motivador que el receptor puede identificar ya sea por medio de recuerdos, vivencias personales, estilo de vida, problemas sociales actuales, costumbres, ideología, etc. sea este profesional o no de la materia.

Nos centraremos en comprender como es que su consumo puede influir en el pensar y actuar de cada individuo, debido a la familiarización que producen las imágenes con el espectador.

Por último, expondremos la propuesta visual que se ha elaborado por parte del autor a través de 7 años de producción gráfica, en la cual se han diseñado una serie de carteles que manifiestan las temáticas y metodología de la presente investigación.

1.2.1 Viabilidad

Se considera que la investigación que se presenta por medio de esta tesina tiene un alto grado de viabilidad; esto gracias a la información, contexto y adentramiento del campo de estudio en que se desarrolla.

Dentro de la información a la cual se tiene acceso, contamos con recursos

bibliográficos que nos permiten llegar a la finalidad principal de la investigación; además del apoyo de diversas figuras especializadas en el área de creación de imágenes que estudian los enfoques.

1.2.2 Utilidad y producto

La utilidad del proyecto deriva a varias tareas o diversas acciones, como la sensibilización a partir de imágenes ya trabajadas y futuras imágenes. Además de proporcionar al espectador una guía respecto a la lectura de las mismas, por otro lado, a los creadores de imágenes “sembrar” (motivándolos) las ganas de continuar con su producción visual.

1.3 Enunciación del problema

¿Qué es la imagen?

¿Por qué la imagen adquiere significado?

¿Cuáles son los tipos de imágenes?

¿De qué manera las imágenes influyen a la sociedad?

¿Puede haber un cambio social a partir de observar una imagen?

¿Por qué es importante analizar el impacto que genera la creación de imágenes con contenido positivo?

¿Por qué se cree que a través de la generación de mensajes con contenido positivo se genera consciencia social?

¿Cuáles son las principales características para que una imagen permanezca en la memoria del espectador?

¿Qué es la gráfica?

¿Qué es la gráfica popular mexicana y como se define?

¿Quiénes son los personajes creadores de la gráfica popular mexicana y sus máximos exponentes?

¿Qué tipo de dibujos usa la gráfica popular mexicana y cuáles son sus características?

¿Por qué es importante el cartelismo como mecanismo de análisis?

1.4 Estado de la cuestión

Para la sociedad, la percepción visual es una parte importante, gracias a ello se pueden interpretar los diferentes mensajes por medio de este sistema de comunicación; ésta tiene una estructura de elementos que la distinguen de la comunicación verbal.

Desde finales del siglo XIX hemos tenido la oportunidad de observar el impacto del cartel en la vida diaria; el cartel es uno de los medios más funcionales y efectivos para la comunicación de mensajes e información de tipo comercial o ideológica.

En México, hablar de diversidad de formas de comunicación nos remonta a las llamadas *Altas Culturas de Mesoamérica*, donde existieron especialistas, que utilizaron diferentes métodos como la escultura, su cosmología, sin olvidar sus representaciones gráficas mostraron una gran capacidad expresiva.

Al consumarse la conquista de los españoles en 1521, se inicia el período





de la colonización, la nueva cultura se caracteriza por un marcado sincretismo en muchas de las expresiones populares, la gráfica indígena es casi borrada en el contexto virreinal.

Dentro de la nueva sociedad colonial, las lenguas indígenas se marginan y la comunicación gráfica tiende a ser un reflejo de los cánones europeos. Es hasta fines del siglo XVIII, que llega la litografía a México, y ofrece a los artistas un medio más económico que facilita la comunicación con un público masivo. Los litógrafos del siglo XIX, fueron cronistas de su tiempo, pero también líderes culturales y en algunos casos, líderes políticos que introdujeron nuevos valores estéticos y generaron distintos patrones de vida y de conducta.

La técnica de la litografía se utilizó durante prácticamente todo el siglo XIX e inició su decadencia con la aparición de las nuevas técnicas de reproducción de imágenes de finales de ese siglo como el offset y el fotograbado.

En principios del siglo XX, en México los conflictos sociales, políticos y militares que marcaron la vida del país, no fueron obstáculo para que algunas industrias, como la del entretenimiento, desarrollaran, dentro de una crítica situación económica, diversos medios de promoción para una población necesitada de distracciones.

Durante esa época se destacó la realización de producciones editoriales de periódicos independientes y de oposición al gobierno. Es así que tuvo una importante aparición la gráfica popular mexicana, un

movimiento de expresionismo que como es sabido, al igual que en otros países del mundo sucedieron cambios sociales los cuales afectarían el grafismo de aquella época, este movimiento influenciado además por las diversas vanguardias artísticas como cubismo, expresionismo, el art Deco, entre otros, así como también lograron influir los viajes constantes a Europa por artistas mexicanos o trabajadores de las artes gráficas.

El cartel como lo conocemos actualmente es producto de un proceso evolutivo de la cultura, que ha sabido adaptarse con el paso del tiempo además de dominar las nuevas herramientas que facilitan los procesos creativos. Como resultado de esta evolución nos damos cuenta que el paso del tiempo ha influenciado sobre los carteles en su manera de comunicarse, debido a la aparición de las redes sociales con las que llegamos a más usuarios, pero esto no ha transformado su valor función original, mucho menos ha perdido su valor como medio de comunicación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CONCEPTUAL



El profesional de diseño gráfico tiende a seguir usando el cartel como medio de comunicación a pesar de los cambios que ha sufrido para su adaptación en una sociedad progresista.

Ingrid Riquelme (2015) en el compilado de *Diseño de Cartel* para la Universidad de Londres, habla de la cercanía que une al diseño gráfico con el arte, nos ayuda a entender las similitudes que las enlazan, debido a un concepto, la composición artística. Es un concepto que, si bien pareciera exclusivo del arte, abarca muchos ámbitos, y mantiene una línea muy delgada con el diseño gráfico. Esto se muestra en los carteles de finales del siglo XIX y principios del siglo XX teniendo como principales referentes a Jules Cherét, Lautrec y Picasso, es a partir de esa época en que se establecieron diferentes estilos.

Los autores Diego Giovanni Bermúdez Aguirre, Juan Alfonso de la Rosa Munar y Carlos Martín Riaño Moncada (2012), en el artículo *El cartel: la estampa del mundo que fluye* publicado en la revista *I+Diseño*, indican que el cartel nos acerca a ver nuestra realidad de manera diseñada ya que el trabajo de quien lo realiza ya sea un diseñador o un grafista, es de suma importancia para el entendimiento por parte del espectador. Además, hacen mención de que el color, la forma, la composición y la tipografía pueden captar la atención a través de mensajes elocuentes y estructuras discursivas bien construidas, ahí radica uno de los principales fuertes del cartel. Podemos considerarlo como un medio por excelencia de la comunicación visual urbana, un reflejo de la sociedad,

de sus tensiones políticas y sociales, de sus carencias y de las virtudes que de ella emanan (Diego Giovanni Bermúdez Aguirre, 2012). Dichos autores también nos hablan de la importancia del cartel en nuestros tiempos, que, a pesar de la aparición de medios de difusión de imágenes muy variados, el cartel se ha mantenido vigente, además de ser un espejo de la sociedad en el cual podemos reconocer nuestros gustos, e intereses. Esto abre camino a entender la importancia de mantenerlo como medio básico de información, podemos encontrar carteles en muchos espacios de la ciudad, de manera publicitaria, a manera de queja social y de entretenimiento.

Con esto podemos afirmar que el diseñador toma un papel importante en la comunicación, y que por consecuencia lo centra en una importante responsabilidad social en cuanto a creación de mensajes más objetivos y establecidos.

Eduardo Galindo Flores, Mónica González Castañeda y Daniel Rodríguez Medina (2019) en el artículo *La gráfica popular, un referente de la identidad del diseño gráfico mexicano* relatan que esta combinación de diversos movimientos y técnicas de impresión, principalmente la xilografía, que dio origen a un fructífero y cada vez más exclusivo lenguaje iconográfico entre los artistas de la época posterior a la Revolución Mexicana, es en éste periodo que reinicia la industria gráfica gracias a la integración de rotulistas, cajistas, linotipistas, impresores, ilustradores, prensistas, litógrafos, grabadores, tipógrafos, incluso arquitectos, escultores y pintores con diversos trabajos, desde lo

editorial hasta el muralismo o bien algo más comercial como carteles, volantes, revistas principalmente en ámbitos políticos, sociales y culturales, dicha gráfica posteriormente también se vería beneficiada del exilio de intelectuales del viejo continente a nuestro país dado que vinieron a fomentar este movimiento y enriquecerlo. Dichos autores hacen una breve descripción de los elementos que le dieron identidad a la gráfica popular mexicana, y resaltan como elementos identitarios fundamentales la letra, la ilustración, el color y el uso del lenguaje.

Por un lado, las letras suelen ser un elemento esencial en estas graffas, teniendo gran importancia, son constituidas por degradados, además de añadirle sombras que emulan tridimensionalidad lo cual ejerce fuerza y atracción. Además, se hace uso de la perspectiva generando dinamismo con cierto orden, cabe señalar que detrás de la elaboración de estas graffas había personas con una calidad y técnica excepcional. También es evidente la poca preocupación por la precisión en el trazo que se centra más en el impacto producido con el texto.

Los autores refieren que el color era considerado el segundo elemento de mayor importancia, pese a que solían usarse solo de una a dos tintas debido a la técnica de grabado que era la más empleada, esto generaba mayor dramatismo dándole ese aspecto sombrío, impactante, pregnante e impresionante.

Por último, se centran en el estudio del uso del lenguaje, en la cual se remiten a la identidad mexicana en ella se representan

las costumbres, los regionalismos, la cultura y sus tradiciones que la gráfica popular mexicana hace uso de ellos.

Este componente a diferencia de otros países se utiliza con diversos fines y hace uso del lenguaje característico del mexicano, el sentido del humor y el doble sentido son utilizados sin prejuicios. (Riquelme, 2015)

2.1 Hipótesis

El cartelismo es la raíz de la consciencia social a partir de un modelo de códigos que se comprenden a partir de imágenes, las cuales pueden ser reproducidas en diferentes formatos, además de la manera en que se conjugan técnicas para generar un resultado gráfico; estos fungen con la tarea de ser un puente motivador para la comunidad de creadores de imágenes.

Las imágenes poseen la capacidad de generar pensamientos, además de poder transmitir información; es posible lograr una consciencia social a partir de la creación de imágenes; un caso específico es el proyecto que se plantea en donde las imágenes creadas son presentadas a través de plataformas digitales y en otras ocasiones en puntos específicos de la ciudad, con la finalidad de dar un mensaje que cree una consciencia en el espectador.

En la actualidad el cartelismo ha mantenido un carácter social que ha trascendido a través de la historia, es por lo que su impacto sigue teniendo importante auge en la sociedad en general.





2.2 Objetivo general

El objetivo de esta investigación es generar un cambio en el espectador a partir de mostrar imágenes que contengan composiciones gráficas que nos permitan la reflexión en torno a problemáticas, costumbres, estilo de vida, y demás aspectos sociales; marcando un impacto en la percepción logrando impregnarse en el pensamiento del receptor. Tomando como principio el origen de situaciones sociales, tenemos una solución, y esta se presenta en forma de carteles gráficos.

2.3 Objetivos específicos

Se va a desarrollar un lenguaje que sea comprensible para los usuarios considerando que no necesariamente deben ser profesionales en el entendimiento de propuestas gráficas. Esto se puede conseguir proponiendo elementos que sean de fácil comprensión para el lector, tomando en cuenta la raíz, nuestras costumbres, el estilo de vida, las formas simples, la representación de individuos que nos simpaticen con el receptor.

Las composiciones gráficas que se proponen, se muestran a través de diferentes medios digitales e impresos, pero el cartel es el eje principal de estas representaciones. Las técnicas en que se desarrolla van desde diferentes procesos tradicionales hasta el uso de herramientas digitales.

Dichas composiciones gráficas manifiestan frases de contenido consciente, positivismo y otras veces de

lenguaje coloquial que es comprendido de manera inmediata por el espectador y lo familiariza al grado de hacerla parte suya, acompañadas de ilustraciones que complementan la imagen contextualizando la intención de generar pensamientos de carácter positivo y consciente.

2.4 Metodología

En primer lugar, es necesario indicar que el proyecto a desarrollar parte de un enfoque cualitativo, se aplicará una serie de encuestas que nos permitirá reunir datos referentes a opiniones en torno al cartelismo, y a partir de ello, crear conceptos que nos facilitarán la comprensión del fenómeno social que generan las imágenes, y como éstas tienen impacto en los individuos con los que se interactúa; además será respaldado por un diseño etnográfico, en el cual se hará uso del método de recogida de datos bibliográficos.

El proyecto también se conformará por un diseño de investigación-acción, en el que se estudiarán grupos humanos, poblaciones, a quienes se les propondrá una intervención por medio de carteles para la búsqueda de una resolución a diversos problemas. Además, es importante mencionar que se hará una revisión de textos y documentos con la finalidad de obtener información en torno a datos históricos, antecedentes e información para la conformación de este proyecto, por lo que se aplicará un diseño documental de investigación.

CAPÍTULO III

LA IMAGEN



★ DEBE ★
Continúa



★ SU SUERTI MERECE UN CHANCE ★

★ si no pa' que ★

ache eme de

NO HAY NADIE COMO TÚ

CAUSA de mi caos

ache eme de

Inspirado en El universo hipnótico de Escher donde el arte une el caos y el orden

3.1 La imagen

3.1.1 Concepto de imagen

R. Aparici, A. García Matilla, J. Fernández Baena y S. Osuna Acedo (1987) en *La Imagen, análisis y representación de la realidad*, nos dicen que una imagen es una representación de algo que no está presente; es una apariencia de un objeto, individuo o cosa, que ha sido sustraído del lugar donde se encontraba originalmente y que puede perdurar muchos años. Una pintura, una fotografía, una viñeta de cómic, una película, un videojuego o una página de periódico, ofrecen imágenes que son solo apariencia del objeto representado. Esto nos indica que, para referenciar un objeto visual, previamente hemos de tener conocimiento sobre ello, lo relacionamos a nuestra experiencia y lo evocamos.

La palabra imagen, tiene origen del latín *imago*, que traducido significa “copia” o “imitación”, dado que como seres humanos estamos vinculados con el mundo de manera visual, y lo vinculamos con lo que percibimos de la realidad a través de nuestros sentidos, e incluso con los pensamientos.

Hans Belting (2007), en la *Antropología de la imagen*, dice que una imagen es más que un producto de la percepción; se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva. Además menciona que la mayoría de los hechos que sucedieron en el pasado, que conocemos del presente y los del futuro serán reconocidos a través de imágenes

que resultan a su vez, una imagen; es decir, nace una nueva idea, un nuevo concepto.

Como dice Vilches (1983) en su artículo *La lectura de la imagen*; la imagen es una forma vacía y necesita de la competencia interpretativa de un observador que la llene de contenidos para poder transmitir información. Una imagen es una proposición de la que el receptor desgrana los contenidos y el significado para que se produzca el fenómeno de la comunicación en una temporalidad específica.

La imagen tiene la virtud de ser representada tanto mentalmente como en la realidad física, poseemos la capacidad de imaginar; las imágenes mentales establecen representaciones internas de conocimiento previo, mientras que las imágenes reales contienen elementos que pertenecen a diversos códigos reconocidos y perceptibles por nuestros sentidos.

Régis Debray (1994) en *Vida y muerte de la imagen*, comenta que interiorizamos las imágenes-cosas y exteriorizamos las imágenes mentales, de manera que imaginería e imaginario se inducen una a otro; con esto podemos decir que contextualizamos algo que conocemos, que es real, pero que también representamos lo irreal, lo que solamente existe en nuestra imaginación.

Asimismo, Debray (1994) señala que, la realidad es todo aquello que es y que existe verdaderamente, mientras que una imagen es una apariencia realizada mediante el lenguaje visual, respaldado por el lenguaje mental, que es el conjunto de ideas que vamos acuñando a lo largo de

la vida. Estas se convierten en la estructura con la cual vamos conceptualizando el mundo, nuestra vida y la historia. (Galindo Flores, 2020)

3.1.2 ¿Cómo se forma la imagen?

Para comunicarse, el emisor crea una imagen que sustituye a la realidad, transformándola, aportando su conocimiento personal con el fin de darle un significado concreto. A su vez, el espectador, con la experiencia personal previa, asocia lo que sabe de una imagen que, como mencionamos anteriormente no necesariamente es una realidad, es una representación de ella, y esta es representada en un soporte físico.

Abraham Moles (1991) establece cuatro características en la imagen: el grado de figuración (la representación de objetos o seres conocidos), el grado de iconicidad (la abstracción respecto al elemento representado), el grado de complejidad (los diversos elementos plásticos) y el grado de normalización (que tiene relación con la difusión o copiado). Para Moles (1991), a través de los mensajes visuales se representa un fragmento del mundo, ya sea real o imaginario, donde el proceso de comunicación visual se establece a través del intercambio de signos y símbolos entre un emisor y el receptor. Esto se da a través de algo convencional, o bien, por medio de la exploración de un mundo imaginario en el cual se pueden establecer diferentes formas de abstracción. A este tipo de formas de representación se le conoce como “escala de iconicidad”.

W.J.T Mitchell (2003), piensa que las imágenes tienen “vidas” generadas por quienes las crearon; en este caso, no se centra sólo en el campo del arte, sino que argumenta que para que la cultura visual se enriquezca es necesario experimentar las más variadas expresiones a través de todos los ámbitos posibles. Alejándose de una visión semiótica, afirma que las imágenes se presentan ante nosotros y que no podemos describirlas o interpretarlas lingüísticamente; aunque estén relacionadas, las palabras o las imágenes poseer un orden de conocimiento que no tiene comparación uno de otro. Esto hace referencia a que el surgimiento de nuevos conceptos se basa en la aparición de imágenes que no siempre tienen un significado, es decir, los sentidos pueden darle una concepción a una imagen sin que esta tenga un criterio previo.

En la actualidad, los entornos visuales que nos rodean, nos incitan a procesar la información de manera inmediata y fugaz, y a partir de ello vemos reflejados el ambiente visual donde nos movemos, pero también a través de la imagen se manifiesta lo existente, que también puede ser intangible o paradójicamente, no visual. El hecho de “poner en imágenes” las emociones, los deseos, los argumentos o variadas intenciones nos ayuda a descubrir nuevos modos de construir la realidad. Con esto podemos decir que existen imágenes mentales, las cuales nos sirven como referentes para denotar sensaciones que como humanos podemos expresar naturalmente, por ejemplo, referimos el concepto de “amor” a un corazón rojo, implícitamente tenemos



arraigada esa idea en nuestro cerebro, sin antes saber que “amor”, significa un corazón rojo. (Galindo Flores, 2020)

3.1.3 Estructura de la imagen

La imagen, al igual que cualquier otro lenguaje necesita estructurar una cierta disposición para entender lo que se quiere decir. Esto es conocido como composición, ya que al igual que las palabras tienen un orden con el cual se forman frases, los elementos y las formas tienen la capacidad de ordenarse de distintas maneras y de esta manera poder expresar distintos sentimientos o ideas.

A la hora de realizar una composición, hay que tener en cuenta algunos conceptos fundamentales; podríamos comenzar hablando de los grupos de elementos estructurales, los cuales son los siguientes:

- **Elementos Conceptuales**

Los elementos conceptuales son utilizados en las primeras fases del diseño, es decir, se usan para generar un prototipo de lo que se ejecutará. A pesar de ser efímeros, nos demarcan posición y dirección en un espacio visual. Dentro de estos encontramos los siguientes:

- **El punto:**

Es el signo más sencillo que forma parte de una imagen, es un elemento simple, una forma con diferentes características que se ubica en el espacio, es la unidad mínima de la comunicación visual.

- **La línea:**

La línea es la sucesión de puntos cercanos en movimiento, que a su vez son dinámicos y variados. Este movimiento de puntos dibuja un trazo y se convierte en una línea. Dependiendo de su trayectoria, estas pueden ser rectas, curvas, quebradas, onduladas, mixtas, abiertas, cerradas, etc. La línea marca dirección y poseen dinamismo o estabilidad.

- **Plano:**

El plano se genera tras el recorrido de una línea en movimiento, tiene largo y ancho, pero no grosor, es decir es bidimensional; además de que es conformado por posición y dirección y sus bordes están limitados por líneas. Según su forma, se pueden distinguir dos tipos de planos: los geométricos, de formas regulares (triángulos, cuadrados, círculos, etc.), y los planos orgánicos, de formas libres e irregulares.

- **Volumen:**

Representa posición en el espacio y se limita por planos, se define por tres dimensiones largo, alto y ancho o profundidad. Los cuerpos geométricos o figuras geométricas, sólidas delimitan volumen. El volumen, se puede medir de manera cuantitativa en cualquiera de las dimensiones.

3.1.4 Elementos Visuales

Los elementos visuales forman la parte más importante del diseño porque es lo que realmente percibimos. De acuerdo

a Wucius Wong, se consideran cuatro elementos visuales:

- **Forma:**

La forma, es la representación de todos los elementos en una composición, ocupan un lugar en el espacio, y son perceptibles por el ojo en su totalidad. En términos de la Gestalt, la forma se constituye en 3 tipos: Contorno: Se refiere a la línea que rodea la forma o figura, aunque esta línea es imaginaria, ya que en la realidad las formas no tienen contorno, además se usa para lograr figuras simples como dibujos o formas sin detalles. Silueta: Representa el interior sin rasgos distintivos de una forma mediante un color, la silueta se utiliza para destacar la parte en que esta se conforma y visualmente nos remonta a que un objeto posee masa. Dintorno: De igual manera el dintorno, representa el contenido que está dentro de un contorno, es decir, las líneas, colores y texturas que conforman la superficie de una forma, este recurso es usado cuando se busca detallar las formas.

- **Medida o Tamaño:**

La medida o el tamaño, son unidades de medición que determinan la proporción o dimensión de longitud que posee una forma u objeto en relación con otro, existen una diversidad de medidas, pero cada una de ellas es cuantificable, mientras que el tamaño determina volumen.

- **Color:**

Hablar del color nos remonta a un concepto muy amplio, debido a que existen muchos significados dependiendo de su estructura. Es por ello que nos

centraremos en definir al color como una propiedad física de la luz, que se genera debido a la impresión sensorial que el ojo capta sobre cualquier superficie. Es importante mencionar que el color tiene lugar dependiendo de la percepción del observador, ya que resulta imposible tener en cuenta cómo es que todos los seres vivos percibimos este elemento.

- **Textura:**

La textura se refiere a la forma en que se entrelaza una superficie, o la cercanía que existe entre los componentes de una forma u objeto, por lo que se produce una sensación táctil o visual. Estas pueden ser lisa, rugosa, áspera, suave, etc. cada una tiene sus propias características dependiendo los materiales del objeto o los que sean usados en cuestiones gráficas. (Berrocoso, 2001)

3.1.5 Elementos de Relación

Los elementos de relación, son aquellos principios visuales que dan sentido al diseño y hacen que esas formas se relacionen entre sí, para una generar composición. En estos elementos encontramos:

- **Dirección:**

Nos referimos a dirección, cuando indicamos la orientación o el destino que toma un cuerpo dentro de un espacio establecido, esta ubicación se da, cuando instauramos una línea imaginaria entre dos puntos. Cabe mencionar que los cuerpos no necesariamente deben estar en movimiento, pueden estar fijos.



- **Posición:**

El concepto de posición es utilizado de manera muy amplia y por tal motivo tiene muchos significados, en esta ocasión nos centraremos en indicar que la posición se define como la ubicación exacta de un punto ya sea imaginario o real, que se encuentra situado en un espacio específico. Además, es conocido que la posición de un cuerpo permite identificar con claridad y precisión cuál es su ubicación.

- **Espacio:**

De la misma manera que sucede con el color, centrarnos en describir el concepto de espacio es un tema muy amplio, para su descripción dentro de esta investigación, centrándonos en cuestiones visuales, hemos de mencionar que el espacio, es, la dimensión que un cuerpo o elemento ocupa dentro de una superficie, refiriéndonos a un espacio físico; además, existen diversos tipos de espacio, como lo es el espacio mental, los espacios positivos y negativos, entre otros.

- **Gravedad:**

La gravedad, es la fuerza que atrae un objeto o un cuerpo hacia su centro, gracias a ello se pueden dar diferentes sensaciones como la pesadez, estabilidad, inestabilidad entre otras. En la imagen, la gravedad se genera psicológicamente, para entenderlo podemos mencionar un ejemplo, un objeto situado en la base de un plano nos da la sensación de gran peso, mientras que un objeto que se encuentra en el centro sin tocar la base nos puede dar la sensación de ligereza. (Fundamentos del diseño bidimensional y tridimensional., 1991)

3.1.6 Elementos Prácticos

Los elementos prácticos son aquellos que nos dan una interpretación relativa, y que, además, se les puede connotar o denotar. Encontramos los siguientes:

- **Representación:**

La representación es un símbolo, una imagen o una imitación de la naturaleza, o del mundo creado por el ser humano. Y se puede mostrar en diferentes estilos según su naturaleza, además posee características propias del objeto plasmado o reproducido.

- **Significado:**

El significado, refiere al mensaje que se transporta a través de un diseño, objeto o cosa. En otras palabras, el significado define el concepto o idea que representa una imagen.

- **Función:**

La función, define y marca la pauta a la hora de determinar el propósito de una imagen, objeto o cosa. La mayor parte del proceso creativo para la elaboración de una imagen parte de una planeación mental, por medio de la cual se traduce la intención a una forma. A esto llamamos función. (Daniela Belén Leoni, 2019)

3.1.7 Elementos Constructivos

Los elementos constructivos, poseen características estructurales y son importantes para el entendimiento de las figuras sólidas geométricas. Estos elementos señalan los componentes del

diseño tridimensional, y ayudan a definir las formas volumétricas, a continuación, se enuncian:

- **Vértice:** en el momento en que dos planos se unen o se encuentran en un punto se marca un vértice; es preciso mencionar que puede ser proyectado hacia afuera o hacia adentro.
- **Filo:** se forma cuando dos planos paralelos logran un punto de unión a lo largo de una línea; cabe mencionar que estas uniones pueden crearse tanto hacia afuera, como hacia adentro.
- **Cara:** se denomina cara, a los planos que se producen físicamente en una superficie, estas limitan la forma y encierran el volumen. Generalmente, son constituidas por formas geométricas como cubos, conos y pirámides entre otros.

Estos grupos de elementos son parte fundamental para la construcción estructural de una imagen, debido a la clasificación de cada uno, recae la importancia del buen uso en conjunto de dichos elementos. (Guía básica de diseño gráfico, 2011)

3.1.8 Psicología de Gestalt

La Gestalt fue un movimiento que se originó en Berlín alrededor de la década de los años 20', se centró en darle sentido a la manera en que nuestra mente percibe las cosas como un todo, en lugar de distinguir cada uno de los elementos que

lo conforman de manera independiente, es decir como una unidad.

Su aparición fue de suma importancia ya que, estas herramientas son esenciales para todo aquel que se dedique a la elaboración de imágenes, debido a que dictan los parámetros para llegar a obtener un resultado conciso. Los principios de la Gestalt:

- **Simplicidad:** La ley de la simplicidad nos refiere que, nuestra mente distingue todo en su forma más simple. Básicamente, este principio ayuda al ojo humano a encontrar formas y figuras con las que podamos producir una interpretación de lo que queremos mostrar.



Ilustración 1 Logotipo Apple. (Original: Rob Janoff, Public domain, via Wikimedia Commons / Recorte, mejora de tono y resolución de la original).

- **Figura y fondo:** El principio de figura y fondo sencillamente nos indica que elemento se percibirá de manera inmediata, en este caso la figura, mientras que el fondo es la parte que está detrás de la figura. En este principio, la percepción es de suma importancia, ya que de ella depende



como logremos distinguir entre la figura y el fondo, muchas veces podrán ser de orden viceversa.



Ilustración 2 Copa de Rubin.
(Ataturk.svg: NevitNevit
Dilmen, CC BY-SA 3.0,
via Wikimedia Commons /
Recorte, mejora de tono y
resolución de la original).

- **Proximidad:** La proximidad, se relaciona a la ubicación que los elementos ocupan dentro de una imagen, es decir, si estos elementos se encuentran muy cerca unos de otros, nuestra mente los comprende como si fueran parte de una sola imagen en conjunto.

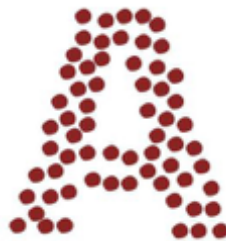


Ilustración 3 <https://www.psicologia-online.com/que-es-la-ley-de-proximidad-de-la-gestalt-5286.html>

- **Semejanza:** El principio de semejanza, tiene relación con el anterior mencionado, este nos indica que, si los elementos se parecen el uno al otro, los concebimos como si formaran parte de un mismo conjunto. Además, este principio se

puede lograr a través de los colores, tamaño, textura, orientación y con el uso de las tipografías.

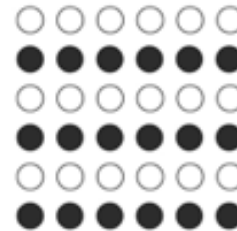


Ilustración 4 <https://disenodepresentaciones.wordpress.com/2015/12/18/semajanza-la-gestalt-en-las-presentaciones/>

- **Dirección común:** Este principio establece que percibimos aquellos elementos visuales que se mueven en la misma dirección como si fueran parte de un mismo conjunto. Se puede lograr a partir de la conjunción de formas, colores, tipografías y texturas.



Ilustración 5 <https://www.aunitz.net/ley-15-principio-de-direccion-comun/>

- **Simetría:** una imagen que, al ser dividida con una línea imaginaria, ya sea de manera vertical u horizontal, y posee los mismos elementos, formas, colores, texturas, etc. en ambos lados, se reconoce como simétrica, cabe mencionar que estas imágenes

pueden ser geométricas o abstractas, siempre y cuando contengan la misma cantidad de información.



Ilustración 6 <https://blubber.es/blog/logotipos-leyes-gestalt/>

- **Continuidad:** Este principio se refiere a la asociación visual que se crea cuando los elementos se orientan en una dirección a manera de formar un patrón, lo cual nos puede dar como resultado visual una agrupación; esto es a causa de la percepción generada por nuestro cerebro.



Ilustración 7 <https://www.pinterest.com.mx/pin/690176711634100166/>

- **Cierre:** Nos referimos al principio de cierre, cuando una imagen o figura no está delimitada, o cerrada visualmente, nuestra mente tiende a dar una sensación completar la forma.



Ilustración 8 <https://ar.pinterest.com/angelinaraviolo1/ley-de-cierre/>

- **Región común:** Dicho principio nos indica que, cuando detectamos varios elementos que forman parte de una misma región, los asociamos como un solo conjunto. Para esto se conjugan texto, objetos y una misma insignia o símbolo. Estos elementos coexisten en un mismo espacio.



Ilustración 9 https://www.canva.com/es_mx/aprende/teoria-gestalt-principios-diseno/

- **Conectividad de los elementos:** Según los principios de la Gestalt, en este principio, nuestra percepción trabaja a través de la conectividad de los elementos que interfieren en una imagen, generando unificación a través de líneas o flechas que conectan una figura o texto con la siguiente.

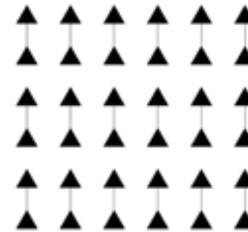


Ilustración 10 <https://www.redalyc.org/pdf/3768/376852683007.pdf>

(Psicología de la forma, 1964)



3.1.9 Formación de estructuras compositivas:

Una composición visual, se constituye a través de la aplicación de una serie de elementos que, en conjunción, además de seguir un orden y estructura, dan un resultado armonioso.

Un esquema compositivo, es el grupo de líneas sobre las cuales se organiza el espacio donde se van a situar los elementos elegidos para la creación de una imagen. Para el desarrollo de la producción de una imagen son necesarios tres aspectos fundamentales: el formato, los esquemas compositivos y el equilibrio visual.

Formato: El formato, es el espacio, la forma, tamaño y orientación espacial del soporte donde se verá plasmada nuestra composición. Además, una de las principales funciones del formato, es la de disponer el encuadre y controlar el contenido de los elementos, de manera que convivan en un mismo espacio.

Existen diferentes tipos de formatos, como son, cuadrados, rectangulares, circulares, ovalados y triangulares. Cada uno de ellos proporciona diferentes cualidades emotivas.

3.1.10 Esquemas compositivos

Un esquema compositivo posee la capacidad de ser simple o compuesto, según la cantidad de líneas que lo conforman. Este trazado regularmente está formado por figuras geométricas, conjunto de líneas y redes modulares.

- **Esquema compositivo simple:** Los esquemas compositivos simples regularmente están formados por una figura geométrica o hasta dos líneas.

Las líneas base que organiza los espacios donde van a estar situados los elementos visuales, podemos mencionar algunos ejemplos:

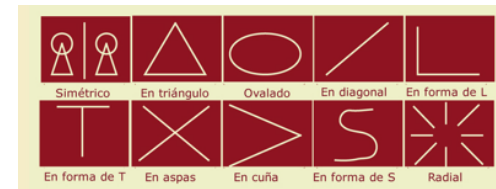


Ilustración 11 http://www.educacionplastica.net/epv1eso/webquests/webquest_05.html

- **Esquema compositivo compuesto:** Un esquema compositivo compuesto se conforma por una combinación de más de dos esquemas simples, o bien una serie de líneas combinadas en total libertad.



Ilustración 12 http://www.educacionplastica.net/epv1eso/webquests/webquest_05.html

(Educación plástica, s.f.)

3.1.11 Equilibrio Visual

El equilibrio visual, indica la disposición equitativa de peso visual en una imagen con la intención de darnos una sensación de equilibrio.

A continuación, se enuncian algunos métodos de equilibrio visual:

Ley de la balanza: Esta consiste en repartir colores, tamaños y estructuras a los dos lados del eje, de tal manera que la visión sea atraída con la misma intensidad, se une hasta cierto punto con la simetría

Ley de los Tres Tercios: se presenta cuando se divide la imagen en tres partes equidistantes ya sea de manera vertical u horizontal, dando como resultado un equilibrio entre el elemento principal y los espacios negativos. Para explicarlo de otra manera podemos dar el siguiente ejemplo: si un sujeto u objeto se coloca en el tercio izquierdo o derecho de una imagen, lo que deja los otros dos tercios más despejados, nuestra atención se centra en ese sujeto u objeto equilibrándose por el espacio en su opuesto.

De la ley de tercios se pueden desprender dos leyes más:

Ley de Horizonte: La cual menciona que, si dividimos la imagen en tres partes iguales, el horizonte estaría cerca de una de las dos líneas imaginarias que lo divide. Para lograr esto, no necesariamente se debe dividir en la línea inferior, sino que tiene la posibilidad de ser en la línea superior, o incluso situarse entre las dos, sin tocar el centro.

Ley de punto de interés: En relación con la ley de tercios, el punto de interés se refiere al elemento

que destaca en una imagen, el cual se da a raíz de la división de la imagen en tercios, tanto vertical como horizontal, el punto de interés se centra en el cruce de líneas y funcionan en conjunto.


Rectángulo Áureo: Este concepto requiere de un estudio muy amplio, ya que es aplicado en diversos ámbitos de expresión artística y las matemáticas; centrándonos en la imagen, podríamos decir que es una proporción entre medidas, dicho de otro modo, el rectángulo áureo establece que la relación entre lo pequeño y lo grande es la misma que la relación entre lo grande y el todo. Además, nos permite crear composiciones cuya integración de elementos resultan visualmente armoniosas. (Mheducation, 2020)

3.1.12 Módulo y red modular

Los módulos se forman por la agrupación de cuerpos simples en repetición, de manera que integrados generan visualmente una estructura más grande, esto con la finalidad que crear una imagen, que para el ojo resulte atractivo. La repetición bien utilizada de un módulo otorga armonía al producto final. Entonces, un módulo es la pieza más simple que tiende a repetirse de manera ordenada, y da como resultado estructuras más complejas que se llaman redes modulares.

Las redes modulares son estructuras en las que se relacionan una serie de figuras;





estas estructuras semejan a una malla, las cuales pueden ser formas triangulares, rectangulares o derivadas de estos, cubren toda la superficie del plano sin dejar huecos intermedios. Dichas redes podemos encontrarlas en la naturaleza, las cuales son usadas por el creador de imágenes para la composición de sus estructuras modulares. Hay que tener en cuenta que una de las maneras más sencillas de realizar una composición gráfica es a través del uso de una red modular, ya que esto nos favorece en tanto a la ubicación de los elementos en un plano, esto sucede con la intención de crear armonía. Se anexan ejemplos.

Las redes modulares pueden ser tridimensionales, o bidimensionales. Las redes modulares tridimensionales son producidas por cuerpos volumétricos, cubos o cualquier poliedro que se repita para formar una estructura en tres dimensiones; mientras que las redes bidimensionales son aquellas que sólo tienen dos dimensiones –ancho/largo–, y se ubican en un plano y son generadas por medio de figuras bidimensionales.

En resumen, la clasificación y conocimiento de estos elementos es parte fundamental para el proceso de creación y análisis de imágenes, debido a que nos dictan los parámetros que se deben seguir para obtener un resultado gráfico bien fundamentado.

(Enciclográfica. (2012). Una breve historia del cartel, 2012)

3.1.13 La composición

La composición, se refiere a la disposición y orden de diferentes elementos en un espacio visual, que han sido seleccionados previamente, conjugándolos de tal manera que su contenido sea capaz de transmitir un mensaje claro a los receptores, además de poder aportar un significado.

Desde el momento en que se planea una idea, se debe tener en cuenta los elementos que se van a incluir y la manera en que serán empleados en conjunto con el formato, dándonos como resultado una composición armónica. Para la realización de dicha composición están en uso diferentes elementos del diseño como son el color, la textura, la forma, el peso que al trabajar en conjunto cumplen con el propósito de equilibrar y relacionarse en un mismo espacio para dar sentido al mensaje. Se anexan ejemplos.

Las retículas, tienen importancia propia, debido a que nos ayudan a posicionar elementos dentro del espacio de trabajo, y nos aseguran equilibrio además de justificar nuestro diseño. Se anexan ejemplos.

La relevancia que tiene cada uno de los elementos que conforman una imagen es de suma importancia y son de gran apoyo, debido a que orienta el sentido e intención que se busca plasmar visualmente, aunque debemos tener en cuenta, que, si la composición no logra captar la atención, no transmite nada o se torna vacía, probablemente no estamos aplicando de manera correcta estas herramientas visuales (Quintero, 1999).

3.1.14 Tipos de imagen representativas

La imagen, representa visualmente lo que es la apariencia de un objeto real o imaginario; esta es obtenida al emplearse diferentes métodos y técnicas, dichas herramientas facilitan la creación de composiciones gráficas, además de acercarla al espectador.

Cuando hablamos de imágenes representativas, nos referimos a aquellas que tienen como propósito referenciar o mostrar la realidad de tal manera que se pueda comprender con precisión. Un ejemplo de ellas es una fotografía, ya que esta imagen refleja una información concreta.

Existe una gran variedad de expresiones relacionadas con estas representaciones, desde las imágenes mentales que se crean en la psique del individuo, las cuales se desarrollan a partir de un proceso vivencial y van aumentando gracias a la experiencia adquirida y por otro lado tenemos las imágenes reales, creadas por el ser humano a partir de un proceso técnico o manual y que tienen como característica la tangibilidad, dentro de estas imágenes podemos mencionar el dibujo, el diseño, la pintura.

Es importante mencionar uno de los aspectos más destacados al momento de unir conceptos e imágenes, la aplicación de la semiótica; considerada como una disciplina, la cual estudia, analiza y organiza los elementos y sistemas de significación que se reúnen en ella. Es decir, se tienen que analizar la información que se obtiene

a partir de un significado y significante, sin olvidar que la imagen no solamente tiene que ser vista, sino que, tiene que ser analizada; desde una perspectiva mucho más profunda, dentro de éste “analizar la imagen” hay una interpretación hecha por el observador, que le va a dar una lectura según su percepción.


La imagen desarrolla diferentes tareas dentro del mundo simbólico del ser humano, las cuales pueden ser divididas de la siguiente manera:

Representativa: En esta subdivisión, la imagen cumple una función representativa, es decir, nos indica lo que se está reproduciendo. Un buen ejemplo sería un retrato fotográfico, ya que esa imagen refleja una información concreta, se muestra la persona y sus características que la definen.

Simbólica: En el caso de las imágenes simbólicas, estas representan a semejanza o por convención, una idea o concepto; estableciendo previamente referentes, ya sea a lo que se parece o a lo que significa. En otras palabras, las imágenes simbólicas retratan un momento literal, pero se le da un significado más profundo detrás de ella. Dentro de algunos ejemplos podemos nombrar la imagen del Ying-yang, que representa un principio filosófico y religioso, en el cual se explica la existencia de dos fuerzas opuestas, pero que son complementarias.

Semántica: La función semántica, le da la posibilidad a la imagen de presentar diferentes sentidos además de los que literalmente denota, sirviéndose de los





elementos básicos estructurales, la elección de los elementos y su disposición en el encuadre. Para entenderlo mejor, las imágenes semánticas son aquellas que resultan fáciles de interpretar por el receptor; pero que además posee un valor connotativo.

Epistémica: El modo epistémico de la imagen nos brinda información visual sobre el mundo; a partir de este conocimiento existe la posibilidad de abordar algunos aspectos de gran importancia para el desarrollo humano. Representan un papel relevante para la aportación de información, además la naturaleza de estas imágenes varía debido al valor informativo, por ejemplo, una lámina del sistema respiratorio.

Estética: una de las principales funciones de la imagen estética, se centra en el proceso en el que se involucran diversas formas de expresión como son las sensoriales, mentales, emocionales y de representación, dando como resultado una composición armoniosa; con características agradables para el ojo humano, dado que esta característica es parte esencial de las artes visuales.

A pesar de la diversidad de funciones que conforman a las imágenes, es casi imposible dividirlos, debido a que su labor en la mayoría de los casos es compartida, así como logran su cometido de informar, también es posible que generen sentimientos o diversos significados a partir de su uso. (Ruiz, 2003)

3.1.15 Imagen Realista

Como seres humanos percibimos al mundo o una porción de este desde un punto de vista representativo. De esa necesidad, por plasmar a detalle lo que nuestros ojos perciben surgen las imágenes realistas, que tienen como principal característica mostrar a detalle la apariencia que describe a los individuos, objetos o lugares, tratando de reproducir minuciosamente elementos representativos como los rasgos, proporciones, colores y texturas que las conforman, además, logran plasmar con mayor similitud la realidad en una imagen, debido a que emplea elementos como el volumen, textura, luz, sombra y dimensión. Como se mencionó anteriormente, cuando una imagen tiene un gran parecido con la realidad se dice que tiene un alto grado de iconicidad, esta característica es parte de la estructura de las imágenes realistas.

La imagen realista se expresa a través de diversas disciplinas y técnicas, tenemos, por ejemplo: la pintura, escultura, el dibujo, así como en diversos medios impresos, tales como: revistas, fanzine, libros y periódicos; sin dejar de lado los medios digitales como en videojuegos y los avatar o simuladores de diversos software's. Estas representaciones han formado parte de la vida diaria del ser humano a través de los años, y en la actualidad, con los avances tecnológicos incluso se pueden superar. Se anexa ejemplo 1. (Barragán, 2016)

3.1.16 Imagen hiperrealista

El hiperrealismo es la tendencia de representar imágenes con un grado de iconicidad máximo, dicho de otra manera, muestra la realidad con una nitidez y definición semejante a la fidelidad de una fotografía, e incluso hacen que la imagen sea más vívida que la original.

Una de las características más importantes de las imágenes hiperrealistas, es que se basa en entender que el cerebro humano es incapaz de distinguir entre realidad y ficción; acercándonos a la imitación, cuyo realismo resulta más convincente que el mundo real.

La imagen hiperrealista en esencia es fotográfica, sin embargo, en ocasiones muestra vida propia, debido a que se representa de manera más suave o compleja para el espectador. Estas imágenes se detallan cuidadosamente para generar la ilusión de una realidad no vista incluso en la foto original. Por otro lado, las texturas, las superficies, los efectos de iluminación y las sombras aparecen más claras que la foto de referencia o incluso el propio sujeto representado. Se anexa ejemplo 2. (Daniela Belén Leoni, 2019)

3.1.16 Imagen abstracta

Al igual que sucede con una imagen común, las representaciones abstractas muestran ideas, conceptos y sentimientos. La función de éstas es restablecer la impresión visual que los seres humanos tenemos de algo real, esto sucede cuando reproducimos con mayor o menor grado la realidad.

Dentro de algunas características principales en el uso de imágenes abstractas podemos observar que en ocasiones hacen uso de pocos elementos, con detalles mínimos, es decir se simplifican, también se utilizan plastas visuales, rompe con las proporciones, en ocasiones se hace uso de formas geométricas, entre otras. Se anexa ejemplo 3. (Diego Giovanni Bermúdez Aguirre, 2012)

3.1.17 Medios de distribución de la imagen

Entendemos como medios de distribución, a los conductos por los cuales se facilita el encuentro de imágenes que podemos llegar a considerar cotidianas y que adoptamos dependiendo de nuestra experiencia y gustos. Estos medios fungen como transmisores de información y entretenimiento, e históricamente han estado presentes desde la aparición de las nuevas formas de transmitir mensajes, siendo un ejemplo muy claro de ello: los medios masivos de comunicación.

En la actualidad contamos con diferentes medios de difusión de imágenes, que nos permiten informarnos y entretenernos, dependiendo de lo que buscamos o queremos consumir. Ya sea de manera física o digital, estos medios han estado presentes y en conjunto; es de notarse que se fueron desarrollando al mismo ritmo que el avance de la humanidad. Sin olvidar, que son parte importante para el desarrollo de formas de expresión, las cuales encontraron en ellos el camino para llegar a más espectadores. (Enciclográfica. (2012). Una breve historia del cartel, 2012)





3.1.18 Imagen Impresa

Como su nombre lo indica se refiere a la impresión de imágenes que previamente fueron creadas en formatos digitales, así como también con técnicas tradicionales de impresión como son el grabado, xilografía, litografía, serigrafía, entre otras; estos son impresos en diversos soportes y formatos, dependiendo de su necesidad; la impresión nos da la posibilidad de poder tener en nuestras manos imágenes que habíamos visto solamente de manera digital e intangible o desde un negativo; esto con la finalidad de preservarlos de manera física.

Estas imágenes han sido usadas de manera recurrente por diversos estratos sociales; históricamente nos han acercado a información y entretenimiento, por medio de libros, revistas, folletos, carteles, lonas, anuncios publicitarios, entre muchos más. Para ello, cumplen un desarrollo en el cual interfieren diversas herramientas y técnicas, hasta obtener una imagen impresa.

Cabe mencionar que la imagen impresa ha tenido y tiene una gran importancia social, ya que es distribuida de manera que puede llegar a grandes cantidades de masas, además, en conjunto con la imagen digital, suelen ser un complemento recurrente para la expansión de imágenes. (Galindo Flores, 2020)

3.1.19 Imagen digital

El contenido visual al que podemos acceder a través de plataformas digitales, aplicaciones o programas, se conoce como imagen

digital. Estas, nos brindan la facilidad para resolver algunas de nuestras necesidades del día a día, por medio de una estructura digital basada en un código, mismas con las que estamos acostumbrados a convivir de manera recurrente.

Existen diferentes herramientas para la producción de imágenes digitales, mejor conocidas como software, éstas nos permiten la creación e interacción entre el software y el autor de imágenes; dependiendo del tipo de la intención con que se vaya a hacer uso de la imagen; dentro de todo este amplio espectro de posibilidades se pueden desarrollar: fotografías, diseño web, ilustración digital, animación, video, modelado 3D, entre otras.

La imagen digital tiene como principal medio de difusión el uso de las redes sociales, aplicaciones, blogs, videojuegos, realidad virtual, entre otros, ya que proporcionan a los usuarios la facilidad de obtener información en un lapso corto de tiempo; además, nos permiten tener una gran variedad de alternativas. Al igual que la imagen impresa, poseen un gran poder de difusión, y se puede decir que se complementan. (Quintero, 1999)

CAPÍTULO IV

CONTEXTO HISTÓRICO



En la investigación sobre las disciplinas artísticas DEL AFFICHE AL AFICHE: ORÍGENES Y TRANSFORMACIONES DEL CARTEL MODERNO, de Daniela Belén Leoni y Paola Sabrina Belén (2019), nos menciona que a más de 150 años de historia del cartel, éste ha venido resistiendo múltiples y diversos cambios, dicha evolución que ha sufrido ha sido tanto a nivel material como conceptual, afianzándose en un punto medio donde converge en total armonía con el arte, la industria y la publicidad.

Es así, que, desde su aparición y aplicación, el cartelismo conformó y afianzó un particular modo de producción y difusión de imágenes, demarcado principalmente por la reproducción masiva de copias impresas y la aceptación que el público y la comunidad tuvo de ellas.

Gran parte de los carteles eran producidos en bloques de madera (xilografía) o grabados de metal escasos de diseño y color. A raíz que se dio el desarrollo del proceso litográfico de tres colores, se permitió que los artistas lograran una amplia gama de colores, generalmente usando colores primarios (rojo, amarillo y azul). Aunque el proceso requería mucha labor, el resultado era agradable para el ojo humano, obteniendo colores y texturas intensas.

Esta capacidad de combinar palabra e imagen en un formato atractivo y económico, finalmente hizo al cartel litográfico, una innovación de gran alcance. Comenzando en 1870 en París, se convirtió en el medio dominante de la comunicación de masa en las ciudades de Europa y América. Así fue

que las principales calles de París, Milán y Berlín, se transformaron en galerías de arte de la calle.

Por su parte Rosana Barragán (2015), en su tesis “Pégame: un estudio sobre el sticker artístico”, nos explica que Afiche, cartel y póster, son tres términos del habla cotidiana que, a pesar de contar en la actualidad con significados claros y distintivos, comparten una estrecha historia común que se remonta hasta mediados del siglo XIX. Si bien hoy en día las tres palabras son parte del idioma español y pertenecen a un mismo campo semántico, hacia 1860 el vocablo affiche era sólo propio del habla francesa, así como poster de la lengua inglesa, y ambos hacían referencia al mismo objeto, un fenómeno que rápidamente se extendía cubriendo los muros de los distintos centros urbanos europeos, y que en España se le denominó con el nombre de cartel.

En este sentido, la presente investigación propone analizar las principales transformaciones que el cartel ha experimentado a través de la historia, al mismo tiempo que se lleva a cabo el estudio de su modo particular de producción e impacto social. De este modo, se abordan los factores históricos que han dado origen a las principales características que en la actualidad hacen y se asocian con el cartel: la reproducción masiva, la relación entre texto e imagen y la importancia que han tenido para la influencia social. (Barragán, 2016)

4.1 Europa

El cartel nace en Francia, alrededor del año 1800 en plena “Belle Époque” (bella época), y es en el año 1870, de la mano de Jules Chéret, a quien se le considera el padre del cartel, que introduce importantes innovaciones en la litografía e impulsa el cartel. Para mediados del siglo XIX, los carteles publicitarios eran sobrios y el protagonismo era cedido a las tipografías y al mensaje escrito. Chéret vino a revolucionar en este ámbito con sus coloridos anuncios, ilustrados en su mayoría con figuras femeninas, además de estar dotados de un particular atractivo en ese momento, dentro de la publicidad; de hecho, fue el primero en utilizar a la mujer como icono en el contexto comercial. Jules Chéret, tuvo una carrera larga y exitosa, que abarca carteles de teatro, cabarets, perfumes, bebidas y muchos otros productos, abriendo camino a otros artistas del cartel; como Charles Gesmar y Henri de Toulouse-Lautrec; además es considerado “El padre del cartel moderno”.

Para el año 1880, Toulouse-Lautrec saca a la luz “Moulin Rouge” su primer cartel, que lo hizo evolucionar a la categoría de arte. Ahí se dio la proliferación de exposiciones y muestras de los diferentes carteles elaborados por diversos productores, quienes en conjunto con distribuidores cubrieron las necesidades que se tenían en torno al cartel.

En el artículo “Belle époque: La edad dorada de París” (2018), se menciona que Lautrec, a diferencia de los principales artistas impresionistas de la época,

apenas se interesó por el género del paisaje y en cambio prefirió ambientes cerrados e iluminados con luz artificial, situación que le permitía jugar con los colores y los encuadres; gracias a su singular estilo fue muy solicitado por los dueños de los cabarets para que pintara carteles promocionando los espectáculos de sus establecimientos.

Durante los años posteriores, nuevas tendencias se fueron manifestando; entre ellas la proliferación de un estilo denominado *Art Nouveau*, que tenía como creador a Alphonse Mucha, quien estableció la primera obra maestra del cartel bajo ese movimiento, poniendo como ejemplo el cartel de la obra *Gismonda*, en donde se puede mostrar un interés estético relacionado con la naturaleza en unión con la figura femenina. El estilo Art Nouveau, se fue extendiendo por toda Europa entre 1890 a 1910, haciendo repercusión en muchos de los artistas vanguardistas que estaban interesados en abandonar el arte académico del siglo XIX.

Al paso de los años siguientes, el cartel fue introduciéndose lentamente en otros países de Europa, hasta alcanzar un punto alto de popularidad; fue tomando protagonismo en eventos culturales de gran interés para la sociedad europea; por ejemplo, en Francia, la relevancia en el consumo de café (absenta y otros productos alcohólicos) marcó una fuerte tendencia en el uso del cartel como medio de publicidad, teniéndolo presente en la mayoría de espacios; por otro lado en Italia el cartel fue parte importante para anunciar la ópera; en España las corridas de toros, festivales, ferias comerciales,





productos para el hogar y en la literatura; en Gran Bretaña en los diarios literarios. Se anexa ejemplo 4.

A pesar de que hubo un cruce de estilos de la *Belle Époque*, los carteles que llegaron a ser distintivos fueron los franceses, por otra parte, las muestras de los holandeses fueron marcados por un orden más lineal, mientras que los carteles italianos fueron demarcados por su drama, el cartel alemán se caracterizó por su franqueza y medievalismo. Así todos fueron obteniendo una identidad propia, y el estilo Art Nouveau y la influencia de Francia continuaron hasta inicios del siglo XX.

Debido a diversos sucesos, el cartel, fue perdiendo popularidad debido a la imitación y la repetición, además de otros factores como la muerte de Toulouse-Lautrec en 1901 y la desvinculación por parte de Mucha y Chéret ambos decidieron realizar un cambio al mundo de la pintura.

A mediados del año 1914, en Europa, se daría una confrontación bélica: la Primera Guerra Mundial, o la Gran Guerra, en la que se verían involucradas todas las potencias industriales y militares de la época y que culminaría hasta el año 1918. Éste suceso fue uno de los conflictos más fatales en la historia de la humanidad, en la cual, el cartel tomó un nuevo papel: la propaganda de guerra. Cabe recalcar que esta guerra supuso la campaña publicitaria bélica más grande en la historia de la humanidad hasta la fecha, que iba desde la recaudación de dinero y reclutamiento de soldados, hasta incitar ultraje y atrocidades en los enemigos.

En el año de 1917 Estados Unidos acababa de integrarse a la Primera Guerra Mundial, tan solo unos días después le declararían la guerra a Alemania, a partir de este suceso crea un aparato de divulgación de noticias y publicidad, que según historiadores daría el origen de la moderna propaganda de guerra. En ese mismo año en Rusia, se llevaba a cabo la Revolución Bolchevique en la cual se hizo uso de propaganda a base de carteles que como lo mencionan Rafael Gómez Alonso y Francisco García García en “La influencia del formalismo en el cartel bolchevique” (2018), constatan la articulación de la vida social, cultural y política que se estaba desarrollando en ese período. En ellos se describe las reacciones en la figuración de los rostros contorneados junto a composiciones de diseños de objetos ideados con mayor o menor grado de abstracción. También hacen mención de la fuerza expresiva de los mensajes, que era más que comparable a la emotividad que representaban a partir de algunos rostros fotografiados o diseñados en los medios de comunicación propagandística de esa época.

Durante la Primera Guerra Mundial el pintor suprematista ruso Kazimir Malevich realizará una serie de carteles bélicos en los que muestra cierta elección hacia la composición pre-formalista en la manera en que altera las figuras y lo relaciona con figuras geométricas. Se anexa ejemplo 5.

Al finalizar la Primera Guerra Mundial, en el año 1918, el Art Nouveau parecía perder fuerza y dejaba de ser aplicable en una sociedad cada vez más industrializada, el cubismo, futurismo, dadaísmo y el expresionismo comenzaron a expresar

las nuevas realidades, mostrando una sociedad más tecnológica.

Leonetto Cappiello, quien era un ilustrador que había llegado a París en el año 1898 influenciado fuertemente por el estilo de Chéret y Toulouse-Lautrec, rechazó el orden detallado y quisquilloso que caracterizó al Art Nouveau; en su lugar se centró en producir una imagen simple, en muchas ocasiones graciosa o extraña, que de manera inmediata conquistaría la atención e imaginación de los espectadores callejeros, siendo así pionero en el origen del estilo *Art Déco* en los siguientes años de 1920.

Como es mencionado en el artículo *Una breve historia del cartel, Chéret y el nacimiento del cartel* (2012), en la Unión Soviética, el movimiento Constructivista tomó el liderazgo en los años 20 con la meta de crear una nueva sociedad tecnológica. Este movimiento desarrolló un estilo de “agitación” de la composición, marcado por las diagonales, fotomontajes y colores primarios. Conducido por El Lissitzky, Alexander Rodchenko, Gustav Klutssis, y Stenberg, el trabajo de los Constructivistas tendría un impacto importante en diseño occidental, sobre todo a través del “Bauhaus” y del movimiento de “de Stijl”.

En este estilo, la máquina, la energía y la velocidad se convirtieron en los temas principales; las formas fueron simplificadas y tomaron figuras más aerodinámicas, y los tipos de letra curvados fueron sustituidos por los lisos y angulares. El Art Déco demostró una variedad amplia de influencias gráficas,

de los movimientos modernos del arte del Cubismo, de Futurismo y de Dadaísmo.

El Art Déco, al igual que el Art Nouveau en su momento, se extendió a ritmo acelerado a través de Europa. Teniendo como principales artistas a Federico Seneca y Giuseppe Riccobaldi en Italia, Ludwig Hohlwein en Alemania, Pieter Hofman en Holanda, Otto Morach y Herbert Matter en Suiza, E. McKnight Kauffer en Inglaterra, y Francisco Gali en España, por mencionar algunos.

Históricamente, se considera al Art Déco como un estilo vanguardista que predominó y que terminó siendo adoptado como un símbolo de glamour que era atribuido con frecuencia a las élites de la burguesía. Y fue así que este movimiento fue adoptado en Europa, además de contribuir como una naciente tendencia que ha permanecido presente hasta nuestros días.

Para el año 1939, en Europa nuevamente se suscitaba un hecho histórico, pues daba comienzo la Segunda Guerra Mundial, y de nueva cuenta el cartel jugaba un papel importante en la comunicación, pero a diferencia de la edición anterior, esta ocasión compartía trabajo con otros medios, principalmente la radio y la impresión.

En este hecho histórico que abarcó casi todos los rincones del mundo, la propaganda fue una herramienta fundamental, que en gran parte ayudó a cambiar el rumbo de la guerra, pues las Fuerzas Aliadas como las del Eje (Alemania, Italia y Japón), usaron el





cartelismo para crear propaganda que denigrara culturas y fomentara su destrucción, así como para promover a los valores nazis, creando una ilusión de que la raza aria era una raza perfecta e inmortal. Se anexa ejemplo 6.

La mayoría de carteles de ese tiempo eran impresos usando la técnica de offset, debido a que, con esta, se podían imprimir grandes tirajes, además de ser un proceso de impresión más rápido; el uso de fotografías llegó a ser muy común, al igual que la ilustración. Después de la guerra, el uso de cartel se vino abajo en la mayoría de los países mientras que la televisión y el cine se convirtieron en los protagonistas de la difusión de mensajes.

En el año 1950 Suiza rescataba el último momento de resplandor que vivió el cartel litográfico, en donde el gobierno promovió la industria de la impresión y la excelencia del cartel. De esta manera en los años siguientes, Suiza dominó el campo del cartel, y continuó creciendo con el desarrollo de un nuevo estilo gráfico que tenía raíces en la Bauhaus. Debido a que se centraba básicamente y con fuerza en los elementos tipográficos en blanco y negro, este nuevo estilo vino a ser denominado como el “Estilo tipográfico internacional” (International Typographic Style); distinguido en las escuelas de diseño en Zurich y Basilea, en él se hizo uso de las redes modulares, también formaron parte algunas reglas gráficas determinantes y el uso de la fotografía blanco y negro, para proporcionar estructuras claras; este estilo se mantuvo vigente hasta los años 70’s.

En principios de los años 80’s, el estilo tipográfico internacional inició una época negativa, puesto que comenzó a perder fuerza debido a que muchos lo llegaron a criticar por ser un estilo frío, formal y dogmático. Fue así que Wolfgang Weingart, un joven profesor de Basilea, comenzó la revolución a lo que después se conoció como diseño Post-Moderno.

Weingart experimentó con la impresión offset para producir los carteles que parecían complejos y caóticos, juguetones y espontáneos, en contraste rígido a las enseñanzas de sus maestros. La liberación de Weingart de la tipografía fue una base importante para varios nuevos estilos, de Memphis y de Retro, a los avances que ahora se realizan en gráficos de computadora. (Daniela Belén Leoni, 2019)

4.2 América

El acercamiento que tuvo América con el cartel surgió a partir del desarrollo de la Primera Guerra Mundial, en 1914, un hecho histórico que abarcó muchos lugares del planeta, como bien sabemos, la propaganda fue una herramienta esencial que, en parte, contribuyó a cambiar el rumbo de la guerra.

Estados Unidos, con su icónico cartel ‘I Want You’, creado por James Montgomery Flagg, con el Tío Sam señalando persuasivamente, invitaba al alistamiento de los jóvenes en el marco de la Primera Guerra Mundial. Se anexa ejemplo 7.

Pasada esta etapa, llegaría la Segunda Guerra Mundial en 1939, al final de esta, el país norteamericano volvería a hacer un aporte significativo, a partir de la rendición de Alemania, Montgomery creó el póster 'Jap you're next' (Japón, tú eres el siguiente), que de nuevo mostraba al Tío Sam arremangándose para dar el golpe final en el frente del Pacífico. Se anexa ejemplo 8.

Es importante recordar que meses después, el ejército norteamericano cometería uno de los crímenes de guerra más crueles del conflicto, los bombardeos atómicos de Hiroshima y Nagasaki que aceleraron el final del mismo. Así pues, prácticamente todo el material propagandístico de Estados Unidos, tuvo como eje central el patriotismo y la superioridad frente al enemigo.

Por esa época, Estados Unidos exponía otro icono de la propaganda gráfica, "Rosie The Riveter" (Rosie la remachadora), que le daba empoderamiento a la mujer estadounidense, esto, debido a que los hombres se encontraban luchando en Europa, las mujeres ocuparon puestos de trabajo que hasta en ese entonces habían sido exclusivos para el sexo masculino; desde la fabricación de armas y municiones, al sector textil, con un salario mínimo. ¡Así surgiría otro de los carteles más icónicos culturales y feministas, nos referimos a "We can do it!" (Nosotras podemos hacerlo), que perdura hasta el día de hoy como un estandarte femenino. Se anexa ejemplo 9.

En esta etapa de guerras, llegaría una nueva época en la que florecerían


nuevos estilos, es así que aparecería la psicodelia, y el cartelismo también tendría auge en esta etapa.

A mediados del siglo XX la ciudad de Nueva York se convirtió en el centro cultural del mundo gracias a unos talentosos inmigrantes europeos que trajeron consigo una nueva ola de diseño moderno, refiriéndonos más precisamente a Cipe Pineles (1908-1991), Nacida en Austria, fue pionera del diseño gráfico norteamericano, entre 1930 y 1960. Además de Alekséi Brodóvich (1898-1971), quien se desempeñó como fotógrafo y diseñador ruso afincado en Estados Unidos tras la Revolución Rusa, también Carmel Snow (1887-1961), periodista de moda irlandesa y desde 1934 hasta 1958 editora de una revista de moda estadounidense junto con Martin Munkácsi (1896-1963), quien fue un fotógrafo húngaro.

El movimiento hippie, que surgió en la década de 1960 proveniente del movimiento artístico psicodélico, quienes buscaban la paz por medio de la rebelión contra el sistema, además de una vida más despreñida que iba en contra del consumismo, donde el espíritu de protesta y movimiento sucedido en Estados Unidos motivaba a la lucha por los derechos civiles, la postura en contra de la guerra de Vietnam y la búsqueda de un nuevo estilo de vida eran los principales estandartes.

Dentro de las principales características podemos mencionar que tenían formas inspiradas en el Art Nouveau, se mostraban formas "agitadas", imágenes descontextualizadas, la legibilidad de





sus textos era nula, poseían una estética atractiva debido a que eran composiciones que contenían gran simbolismo, además de ser impactante, generaban ilusiones ópticas utilizando colores intensos y eléctricos, eran usados principalmente para anunciar conciertos de rock, danza y eventos culturales. El cartel psicodélico surgió como una respuesta visual ante un naciente espíritu de libertad y revolución social que movería los cimientos de una cultura contemporánea.

Dentro de algunos de los principales representantes del movimiento debemos referir a Victor Moscoso quien creó una de las primeras imágenes icónicas de su época, un hippie de pelo largo con un enorme cigarrillo que se convertiría en un ícono referente de la época. También hemos de citar a Heinz Edelmann, ilustrador y diseñador gráfico que creó la parte gráfica de un grupo emblemático, The Beatles, por otro lado, Milton Glaser principalmente reconocido por ser el autor del cartel de Bob Dylan, que adquirió gran iconicidad en la época. Dicho cartel estaba conformado por el perfil del cantante el pelo con formas y colores procedentes de la cultura árabe. Además de esa intervención, Glaser fue contratado para diseñar el logotipo que mejoraría e impulsaría el turismo de Nueva York en los años 70, debido a que sufría una gran oleada de inseguridad y pérdida de turismo. Se anexa ejemplo 10.

Posteriormente aparecería Wolfgang Weingart, quien puso en duda el uso de la retícula y el espacio bidimensional, creando composiciones que desafiaban la idea del diseño, dando así origen a la New Wave.

Este estilo de diseño estaba influenciado principalmente por el Punk, su concepción del diseño consideraba la página como si fuera un espacio tridimensional, donde la tipografía, la fotografía y el resto de los elementos se mezclaban sin jerarquías y un orden complejo.

Por otra parte, en Cuba, posterior al triunfo revolucionario por el año 1959, algunos diseñadores, que antes estuvieron laborando para agencias publicitarias, deciden integrarse a los reclamos de la nueva realidad que se vivía, y es así que crearon carteles que exhortaban a las masas a alfabetizarse, a educar a sus hijos, entre otros asuntos de interés social y político. También se integraron pintores que comenzaron a incursionar en esta disciplina. De este modo los cambios sociales que comenzaban a tomar forma, requerían una nueva visión, hecho que resultó en la importancia que el cartel comenzó a adquirir en esta etapa.

Posteriormente, en la década de los sesenta, el cartel político de la revolución adquiere gran relevancia y como fenómeno comienza a estudiarse por numerosos especialistas e investigadores, quienes se centraron en preservar estas piezas, por tal motivo, no quedaron en el olvido.

Para principios de los años 70's, Saul Bass uno de los diseñadores gráficos estadounidenses más influyentes de esa época, quien también realizó logotipos de algunas marcas muy reconocidas a nivel mundial, centró su trabajo en la elaboración de algunos de los carteles más memorables en la historia del cine. Su estilo llamativo e inquietante definiría el

pensamiento de Bass plasmado en cada una de sus obras, solía incluir marcos de colores sólidos y jugar con distintas formas geométricas para presentar animaciones minimalistas en torno a los créditos.

Es así que se pueden enumerar diversidad de técnicas empleadas por Bass, como la animación de recortes, el montaje, diseño de nombres y la composición con acción real.

Así pues, Bass marcó su sello particular, haciendo uso de formas básicas, colores planos, lo más cercano a la estética del arte moderno. Se anexa ejemplo 11.

La importancia y el aspecto del cartel han evolucionado continuamente durante el último siglo, esto, con el propósito de resolver necesidades y los cambios de la sociedad. Aunque el papel del cartel es menos relevante que en décadas anteriores, sigue evolucionando en los nuevos soportes como la computadora e internet. (Quintero, 1999)

4.3 La Gráfica Popular Mexicana

Los orígenes de la Gráfica Popular Mexicana se remontan a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando Antonio Vanegas Arroyo, un impresor y editor originario del estado de Puebla, (según lo menciona Nicolás Rangel en un reseña biográfica), funda su imprenta, oficio heredado por su padre y que para ese entonces era muy común involucrar a los integrantes de toda una familia; en dicha imprenta ubicada en el centro de la capital mexicana, se realizó trabajo editorial

además de conjuntar a grabadores, es ahí que se da el primer acercamiento con Manuel Manilla, grabador e ilustrador originario de la Ciudad de México, personaje importante en el origen de la Gráfica Popular Mexicana, que colaboró en el estudio de Vanegas entre los años 1882 y 1892, época en la cual realizó un extenso trabajo de grabados, de los cuales se puede observar la combinación armoniosa de pasajes históricos, humor e ingenuidad, principales características con las que ilustraba los poemas y corridos, que eran impresos en el taller, y que, dicho sea de paso eran repartidos por medio de volantes y hojas sueltas en las calles.

La figura de la muerte como parte importante de la tradición mexicana, el tono festivo con que estas eran representadas, además de la humanización y caricaturización de ella, convirtió a Manuel Manilla en el primer grabador en representar su trabajo con calaveras. Posteriormente, en el año de 1895, Manilla fallecería, y así José Guadalupe Posada retomararía su discurso estético, llevándolo a su obra, que se vio fuertemente influenciado por el trabajo que Manuel Manilla había comenzado. Se anexa ejemplo 12.

A inicios del siglo XX, y ante el imperioso deseo del gobierno de Porfirio Díaz de crear un país que tuviera cabida dentro de un mundo civilizado, México experimentó una amplia apertura internacional; debido a ello, la comunidad artística tuvo la posibilidad de estar en constante acercamiento con distintos países europeos y de esta manera acoger diversos estilos visuales, además de ser





influenciados por las nuevas vanguardias que en ese momento predominaban.

Pero no fue hasta pasada la revolución mexicana (1910-1920) que se sentaron las bases para que se afanzara la industria gráfica en nuestro país, y de esta misma manera la reafirmación de un nuevo régimen institucional; cabe mencionar que la industria editorial jugó un papel importante debido a que logró conformar un grupo de muy diversos artistas quienes vieron valorizado su trabajo, muchos de ellos grabadores y pintores que habían trabajado en medios impresos y por otro lado estaban los directores de arte, maquetistas, ornamentistas, tipógrafos e incluso arquitectos; dando como resultado una mezcla de estilos y tendencias, que además de sumar expresiones posrevolucionarias y vanguardias internacionales, aportaron en el afianzamiento de una identidad visual de México moderno. (Galindo Flores, 2020)

4.4 Temáticas y personajes

Como se mencionó anteriormente, numerosos artistas mexicanos que estudiaron y tuvieron la oportunidad de visitar distintos países europeos trajeron consigo influencias vanguardistas, que en conjunto con los artistas extranjeros que trabajaron en México favorecieron en gran medida la revalorización de procesos artísticos, por ejemplo, podemos mencionar la importancia de la xilografía debido a la llegada a México de Jean Charlot, artista francés que trajo consigo numerosas obras de ésta técnica que inquietaron la curiosidad

de los jóvenes artistas mexicanos, incluso siendo influencia en la obra gráfica de Posada, uno de los máximos exponentes de la gráfica de nuestro país; y por otro lado, este choque de vanguardias contribuyó en el nacimiento de nuevas galerías, en las que se realizaron exposiciones de arte de todo tipo, teniendo como ejemplo temáticas de propaganda política, cartel mundial, arte japonés y europeo, entre otras.

Para finales del año 1921, de la mano de Manuel Maples Arce hace aparición el movimiento estridentista que, junto a una postura política e irónica sobre el orden social de ese entonces, daba como nacimiento a esta primera vanguardia mexicana, que era caracterizada por proyectar la modernización y se rendía reverencia a los futuristas italianos; cabe resaltar que los estridentistas eran en gran mayoría literatos y poetas, a quienes se les agregaron algunos artistas plásticos como Leopoldo Méndez, Diego Rivera, Germán Cueto, Fermín Revueltas y el ya mencionado Jean Charlot. Todos ellos fueron de gran trascendencia en la gráfica mexicana y en el diseño editorial; además, es importante mencionar que la gráfica estridentista tuvo una visión adelantada a lo que en futuro sería el Taller de Gráfica Popular, debido al acercamiento con la gráfica editorial.

A raíz de ello se dio el valor artístico de la escuela de la gráfica mexicana, a la cual pertenecieron algunos exponentes estridentistas, los cuales contribuyeron a que el arte ganara importancia, ya que lo vieron como un medio formativo para concientizar a la sociedad y darle una identidad nacionalista, tales elementos

fueron indispensables para la evolución de una sociedad que era caracterizada por un capitalismo rural y trascendía a un sistema económico de libre mercado, principalmente en el panorama urbano.

Debido al trabajo en conjunto de poetas y artistas gráficos se dio como resultado el *bolchevique en 5 cantos*, poema largo de Maples Arce con grabados de Jean Charlot, que contenía entre sus páginas imágenes de edificios de gran altura y de puertos con enormes trasatlánticos, todo esto ambientado en una ciudad de México que hacia el año 1924 demostraba la modernidad del país que estos artistas denotaban. Se anexa ejemplo 13.

A pesar de que la mayoría de los artistas demostraban un fuerte porvenir tecnológico, no todo era así en el arte estridentista, ya que se dieron muchas adhesiones visuales al arte de la Revolución; uno de los artistas que participó en las expresiones del movimiento fue Diego Rivera, quien explotaría la profundidad de México con el muralismo abordando temas de alto contenido político y social en edificios públicos, por otro lado, Leopoldo Méndez considerado uno de los grabadores más importantes de México, quien representaba su obra con narraciones del país después de la Revolución, abordando demandas sociales de obreros, conflictos rurales en imágenes zapatistas e indigenistas.

El movimiento estridentista tuvo su auge entre los años 1921 a 1927, periodo en el cual se convirtió en una herramienta para difundir problemas políticos y sociales del país, que para esa época


estaba necesitado de la demostración democrática y de la equidad social, además de que este movimiento no fue tan difundido ni reconocido como el Taller de Gráfica Popular, forma parte importante como antecedente histórico de la gráfica popular mexicana.

Una de las consecuencias del movimiento estridentista es la organización de algunos artistas gráficos (1937) con la finalidad de construir un espacio colectivo orientado a las artes gráficas; de esta manera los pintores Leopoldo Méndez, Luis Arenal y Pablo O'Higgins fundaron el Taller de Gráfica Popular; posteriormente se les integrarían Raúl Anguiano, Ángel Bracho y Alfredo Zalce.

El Taller de Gráfica Popular, en principio se ubicó en el centro de la Ciudad de México, y en este espacio se ofrecía la oportunidad de reunirse y discutir los temas políticos y estéticos que en ese entonces aquejaban a nuestro país; dando como resultado a este proceso, una producción colectiva de obras visuales, las cuales no solo buscaban la belleza y estética, sino que aspiraban a ser herramientas útiles en la lucha de liberación.

La gráfica popular mexicana fue la forma de comunicación y de diseño más propagada en el panorama urbano de México en ese entonces. Este movimiento conjugó al grupo de elementos gráficos, imágenes y tipografías, que de forma ordenada, sirvieron para comunicar gran diversidad de información vinculada con la vida diaria; esta forma de expresión usa las paredes, fachadas, bardas, vallas y murales como medio de comunicación,





y es justamente en éste periodo que la industria gráfica que se reactiva gracias a la incorporación de rotulistas, cajistas, linotipistas, impresores, ilustradores, prensistas, litógrafos, grabadores, tipógrafos incluso arquitectos, escultores y pintores con diversos trabajos, partiendo desde lo editorial hasta el muralismo o bien algo más comercial como carteles, volantes, revistas sobre todo en ámbitos sociales, políticos y culturales, la gráfica también se vio beneficiada tras el exilio de los intelectuales que llegaron de Europa a nuestro país, y poco a poco comenzó a visualizarse con identidad propia el arte popular, partiendo de formas, texturas, colores, letras, elementos gráficos de la vida cotidiana desde las raíces familiares y el arraigo religioso.

A partir de la narrativa gráfica que mostraba lo cotidiano se dio el surgimiento del movimiento llamado Costumbrismo, impulsado en México por la política y en el ámbito educativo principalmente, aunque no debemos dejar de lado que también se reflejó plasmando las tradiciones, las fiestas, paisajes y homenajes a personajes específicos, que rápidamente fue bien visto gracias a la llegada de la Litografía una técnica fundamental para la divulgación y expansión de los medios impresos.

A partir de ello, se comenzó a construir un sentimiento nacionalista y es en ese entonces que con la obra de José Guadalupe Posada, influenciado evidentemente por el costumbrismo, con la representación de sus memorables calaveras y caricatura política, siguió manifestando su trabajo a partir de temas de la vida cotidiana y temas religiosos,

abriendo camino para lo que hoy conocemos como gráfica popular.

Posada tuvo a bien perfeccionar las temáticas de su antecesor Manilla, con una sobresaliente técnica y un trazo impecable, representaba con sátiras a la clase política mexicana y narraciones gráficas, representó una figura importante en la entonces naciente tradición de ilustradores de índole nacionalista y popular. Algunas de sus temáticas principales muestran seres de ultratumba, fragmentos de escenas catastróficas, viñetas que acompañaban corridos revolucionarios, además mostró personajes de la vida moderna de ese entonces e importantes símbolos de la vida cotidiana con sus excesos y banalidades. Una de las representaciones más conmemorativas de esa época, se centra en mostrar a la sociedad de esa época, a manera de calaveras refinadas, con vestimentas de alta gama, esto se demostró a manera de crítica debido a que la sociedad de ese entonces aspiraba a tener una vida muy similar a la que los europeos tenían en ese entonces.

Aunque la mayoría conocemos o por lo menos tenemos una idea del trabajo que realizó Posada, junto con otros ilustradores y grabadores de la época que hoy consideramos como precursores del concepto de gráfica popular; existen registros fotográficos de múltiples establecimientos comerciales donde los rótulos que se mostraban eran elaborados por ilustradores anónimos, es decir, fue un oficio que muy seguramente realizaron personas que trabajaban en imprentas y que tenían la capacidad para

llevarlo a cabo, y es así que seguramente las publicaciones editoriales de ese tiempo aportaron influencia para el uso de una expresión icónica tipográfica de esa época, según lo mencionado por Eduardo Galindo Flores, Mónica González Castañeda y Daniel Rodríguez Medina (2019), en el libro *La gráfica popular, un referente de la identidad del diseño gráfico mexicano*.

Las farmacias, tiendas de abarrotes, pulquerías y cantinas, además de otros establecimientos, mostraban en sus fachadas rótulos con diversas características los cuales eran realizados como ya hemos mencionado, por encargo a artistas gráficos; sin duda era una profesión amplia y demandante.

Se debe mencionar que nuestro país venía de acontecimientos importantes que le trajeron influencias europeas las cuales se mezclaron con nuestras costumbres y a partir de ello nacieron grupos de dibujantes y rotulistas de oficio, que conocían el contexto y fueron amoldando las necesidades específicas y los recursos con que se contaba, quizá fue la forma de expresión más cercana a lo que ahora conocemos como diseño gráfico popular, dando como resultado la gráfica popular mexicana.

La gráfica mexicana es, al igual que la representación de nuestra raza, el resultado de una hibridación de nuestras culturas, una fusión de técnicas en conjunto con movimientos sociales de gran impacto en la vida de nuestro país, elementos que la hacen singular, su estética y excepcional plasticidad, y sin duda los códigos que en

gran medida y a su vez complejos, la hacen fácil de comprender e identificar. (Galindo Flores, 2020)


4.5 Características y procesos técnicos

Algunos de los principales elementos que definieron la gráfica popular mexicana son el manejo de la tipografía, la ilustración, el color y el lenguaje; evidentemente no son los únicos, pero se pueden considerar como los elementos necesarios para identificar la estética y plasticidad que la definen. La tipografía es un elemento esencial en estas expresiones, ya que se pueden observar ejemplos de la manera en que se usan degradados y simulaciones de sombras con efecto tridimensional, además de generar una atracción visual. Se anexa ejemplo 14.

Este efecto de volumen generado por líneas y sombras es usado de manera general, se puede ver aplicado en anuncios de comida en la calle, señalética, marcas y anuncios de grupos musicales, siempre con la finalidad de captar la atención y darle un toque de singularidad al manejo tipográfico; otras de las características de estas composiciones, son el uso de las perspectivas, el efecto en forma de arco, el aumento progresivo de tamaño de extremo a extremo o hacia el centro, además de los planos inclinados que otorgan dinamismo a este tipo de anuncios. Se anexa ejemplo 15.

La ilustración juega un papel primordial en la gráfica popular como un recurso que concede la vitalidad y atrae el interés





suficiente del observador, siendo un elemento principal que referencia de manera emotiva y simbólica el contenido de la composición gráfica.; se puede apreciar que en la mayoría de los casos la técnica más usada es el grabado, en estos, las ilustraciones tienden a ser representadas de manera hiperreal ya que en sus comienzos no se tenía como propósito simplificarse o sintetizarse. Además, posee un fuerte contenido identitario con detalles excesivos, colores y simbolismo que la hacen única. Otra de las principales características de estos grafismos radica en su alta carga emotiva y dramatismo, teniendo como fin el protagonismo por encima del uso tipográfico. Se anexa ejemplo 16.

Por otro lado, podemos señalar el trabajo en las ilustraciones que se usaban con fines comerciales representadas en anuncios, rótulos o paredes; muchas de ellas tienen rasgos distintos, debido a que en ellas se hace uso de metáforas visuales para combinar objetos y animales, además de caricaturizarlos y representarlos incluso de manera cómica, en cuanto a la proporción e importancia que juegan en la composición gráfica, disponen de gran jerarquía; en pocas palabras, la ilustración o imagen es de vital relevancia en la atracción visual, ya que denota la intencionalidad del grafismo. Se anexa ejemplo 17.

El color, es un elemento que al principio era utilizado de manera limitada en la gráfica popular mexicana, predominando el uso de tintas de colores rojo, negro y ocre; pues como se ha mencionado, el grabado era la técnica que mayormente se empleaba, ya que solamente se hacía

uso de una o dos tintas, teniendo como resultado imágenes que proyectaban un alto grado de drama, representando una apariencia melancólica e impactante, dando como resultado un ambiente surreal y mágico.

Posteriormente, cuando la gráfica comenzó a tener amplitud y se usó de manera masiva y comercial, el color tomó mayor relevancia debido a que en muchos casos se innovó con el uso de colores de alta saturación en las gamas cromáticas, por ejemplo, en los carteles de espectáculos que anunciaban las funciones de lucha libre, se usaban barridos de dos o tres tintas que daban como resultado composiciones altamente contrastantes y con fusiones impensables, planeadas así para optimizar los recursos y posibles problemas que surgieran a la hora de la impresión.

También podemos mencionar otros ejemplos del uso del color, como en las fachadas de los locales o establecimientos, en donde intencionalmente se aplicaban colores que lograban captar la atención, creando composiciones de figura y fondo muy peculiar dejando de lado cualquier juicio o criterio en cuanto a su uso.

Es así que, dichas características le conceden identidad propia a la gráfica mexicana, que además podemos seguir apreciando en diferentes tipos de aplicaciones como son volantes, empaques, anuncios en puestos callejeros y los popularmente conocidos rótulos en bardas, donde se anuncian conciertos y bailes de grupos musicales. Se anexa ejemplo 18.

Por último y no menos importante, el lenguaje verbal, un elemento a considerar ya que forma parte elemental en la estructura de los grafismos que definen a la gráfica popular mexicana, esto, debido a que en México se cuenta con muchos recursos verbales que lo hacen muy característico y particular como el sentido del humor, el doble sentido el cual se usa sin prejuicios, los regionalismos, la ironía y en general el lenguaje popular.

En la gráfica popular el lenguaje verbal se centraba en contar historias de crímenes, de apariciones, milagros y de los relatos de historias revolucionarias por medio de corridos. También se habló de versos alusivos a la muerte llamadas “calaveras”, que interpretaban la vida y las actitudes sociales del pueblo mexicano.

Por el lado comercial, la gráfica se usó en muchos negocios para dar publicidad, e incluso, en ocasiones se usó de manera literal para nombrar un establecimiento. Podemos mencionar que los creadores visuales tienen un mérito artístico más allá de la reproducción de imágenes, ya que además le dan una lectura semiótica donde nos dicen con un anuncio lo que se busca ante todo, por ejemplo, en un taller de reparación automotriz, se presenta la representación de un objeto real, como lo son tornillos, tuercas, amortiguadores, entre otros objetos minúsculos, lo cual indica al cliente o consumidor, que en ese establecimiento puede encontrar a un experto que conoce perfectamente los elementos que componen un motor, y que como tal eso es sinónimo de que ahí se ofrecerá un trabajo bueno o de mejor calidad.

Es así que, la importancia en el uso del lenguaje y sus representaciones gráficas, le dieron una identidad propia a la gráfica popular mexicana, que hasta el día de hoy nos sigue representando de manera clara y evidente, producto de una evolución visual, a la cual nuestro sentido identitario reclama. (Enciclográfica. (2012). Una breve historia del cartel, 2012)



CAPÍTULO V

PROPUESTA GRÁFICA



5.1 El cartelismo consciente

Los antecedentes históricos de la Propaganda dentro de la Comunicación Social actual son de un notable impacto debido al poder de influencia que tiene sobre los individuos, los cuales son consumidores de forma directa e indirecta.

La propaganda es un fenómeno que se establece en diversos ámbitos, es de notarse que una de las finalidades de ésta es influir a la sociedad sobre algún tema en específico; este resultado se lleva a cabo por medio de la propagación de información y la persuasión, debido a la estimulación que el individuo experimenta a partir de consumir un contenido específico.

Alejandro Pizarroso Quintero (1999), de la Universidad Complutense de Madrid en su libro titulado *La historia de la propaganda: una aproximación metodológica*, define etimológicamente a la propaganda como el área de la comunicación social, que tiene como propósito la expansión de ideas a través de múltiples canales con la finalidad de difundir, influenciar y persuadir la actitud de un individuo o una comunidad, interviniendo en sus modelos de conducta.

Continuando con la idea de Pizarroso, es importante recalcar la importancia de la propaganda hasta nuestros días, debido a que es una forma de comunicación por cual seguimos teniendo el acercamiento a conceptos, ideas e influencias, mismos que son transmitidos por diversos canales en donde la mayoría de personas somos consumidores en diferente medida, refiriéndonos concretamente a la cercanía

que tenemos con las redes sociales, sin dejar de lado los medios impresos que están a nuestro alrededor.

Tomando en cuenta y haciendo un análisis de las ideas y conceptos anteriores, surge la idea de crear una propuesta gráfica que aprovecha esta forma de propagación, por medio de la cual se transmite el sentir y pensamiento personal hacia temas de interés social, político y cultural, además de generar una identificación con el usuario; este proyecto es denominado **Cartelismo Consciente**; el cual hace uso primordialmente, del cartel, como medio de difusión. Este proyecto tiene la intención de buscar un sentido de *re-evolución* en el usuario, esto se genera a partir del lazo que resulta entre la vinculación del mensaje (cartel) y consumidor (persona que lo observa), que es quien adopta el contenido, se identifica y lo analiza para, a partir de ello conceptualizar la realidad que lo rodea.

En este proyecto las plataformas digitales toman un papel sumamente importante, ya que son el principal medio de difusión, esto, teniendo en cuenta la rapidez con la que se difunde la información a través de ellas, y que no necesariamente es información veraz, sino que en la mayoría de los casos es el resultado del bombardeo de datos que no aportan a la sociedad, teniendo como resultado “la era de la inmediatez”. Y que, además, sirven como herramienta de análisis en el mecanismo de resultados en el impacto de los carteles en la sociedad. Por otro lado, y de manera secundaria, también se hace uso de lugares públicos para llegar a más consumidores, esto se consigue

mediante la intervención de carteles en vías públicas y en algunas ocasiones exposiciones de diferente índole.

Todo esto se lleva a cabo con la firme intención de transmitir mensajes que logren repercutir en la sociedad, dando una herramienta que provoque cuestionamientos hacia temas de interés general. (Quintero, 1999)

5.1.1 ¿Qué es el cartelismo consciente?

Cartelismo Consciente es un proyecto que hace referencia a la creación de materiales gráficos, específicamente carteles, que a lo largo de 7 años se han venido produciendo a partir de la necesidad de expresar, desde un punto de vista personal, el sentir, además de mostrar diferentes aristas hacia temáticas de interés político, social y cultural.

La finalidad del proyecto es fusionar una serie de elementos gráficos que se complementen para crear un lenguaje con un objetivo concreto: mensajes que generen cuestionamientos al usuario; buscando el despertar de la consciencia en temas del colectivo, generando además una identificación con la sociedad en general, fungir como un puente entre emisor y receptor mostrando pensamientos que nos identifican, cuestionando al usuario y motivándolo a sembrar así la semilla de la libre expresión dentro de una sociedad cada vez más manipulable.


Dichos carteles van dirigidos a todo tipo de receptores puesto que abordan temáticas

diversas y no se centran solo en una problemática, partiendo desde críticas a las redes sociales, cuestionamientos sobre el actuar de personajes políticos, hasta el simple hecho de compartir expresiones coloquiales que nos identifican; es así que se forma un vínculo, el cual se genera a partir de la interpretación que le da el usuario haciendo resonancia en la consciencia mutua, invitándonos a reflexionar mediante una expresión pasiva, artística y fácil de compartir.

Cartelismo Consciente, es desarrollado bajo la marca *Acheemedede*, acrónimo formado por el nombre propio del autor Hoguer Mondragón Damián, el cual se identifica además por el símbolo de un gallo, elemento identitario en muchas culturas y de diversas interpretaciones, en este caso representa con nobleza, franqueza y lealtad las virtudes de la propagación de mensajes claros, sin rodeos, o como coloquialmente se diría “al grano”. El icono del gallo bajo su naturaleza intensa, entusiasta e ingeniosa, nos hace un recordatorio a la constancia y a la lucha en el acontecer diario dentro de nuestra sociedad. El gallo es el estandarte del proyecto *Cartelismo Consciente* ya que éste le confiere poder y creatividad para generar propuestas visuales que lo conectan con el consumidor mediante una relación entre creatividad y empatía.

La principal influencia del proyecto tiene una base en el trabajo que se desarrolló en México a partir de la escuela de la gráfica popular; estas narrativas visuales buscan enaltecer los principales elementos identitarios de nuestro país, como son: la vestimenta tradicional de diversas culturas





indígenas, el lenguaje coloquial que identifica a algunas regiones mexicanas, las referencias de la figura femenina representada con mujeres indígenas, en ocasiones mujeres de color, niños y hombres, de igual manera simbolizando personas de rasgos muy marcados como individuos latinoamericanos, flora, fauna y música tradicional. Las gamas de colores tienden a ser monocromáticas o policromáticas, dependiendo el contexto bajo el que se desarrolle, el color es parte fundamental en la composición gráfica, puesto que le dará vida y sentido, además de impactar en primera instancia a través de la visión.

El propósito de los carteles es básicamente crear una identificación entre los usuarios y los mensajes que en ellos se exponen; esto se consigue mostrando contenido que resulta familiar para quien lo observa; en otras ocasiones le produce curiosidad y abre su panorama respecto a temas de su interés, también se recurre al empleo de frases específicas las cuales son extraídas de fragmentos de canciones populares ya que, se considera que a raíz de esto se puede crear una cierta unión entre el receptor y el mensaje; de alguna manera se sintetiza el contenido más importante de una frase o el segmento más preguntante de una canción, con la cual el usuario se identifica llevándola incluso a ser parte de él, esto da como resultado un acercamiento casi inmediato entre las dos partes.

Una vez que es seleccionada la frase específica que formará parte importante en la composición gráfica, se complementa mediante el uso de ilustraciones, las cuales

funcionan como refuerzo visual; en algunos casos puede formar parte en la totalidad del cartel, en otras ocasiones ocupa un segmento, pero la intención de esta dualidad entre frase e ilustración siempre es respetada en este proceso creativo.

Respecto a las características técnicas es necesario mencionar que una de las principales referencias a la gráfica popular mexicana radica en la ilustración, y es que se busca simular la técnica del grabado mediante un tratamiento digital a base de vectores, buscando generar volumen y sombreados con líneas paralelas estrechamente separadas, siempre haciendo uso de contornos en color negro.

En ocasiones la ilustración está compuesta por dos tonos cromáticos, estos varían, por causa de que el autor de estos carteles se ve afectado por una alteración genética que influye en la distinción de algunos colores, daltonismo; es por lo que, pueden observarse carteles con gamas cromáticas con combinaciones poco comunes.

Otras veces tienden a ser más coloridos y detallados; y esto sucede porque el autor se basa en combinaciones de colores que componen las imágenes que están en nuestro entorno, sirviendo éstas como influencia para crear a partir de ello una nueva composición.

Por otro lado, se busca mostrar figuras humanas con expresiones que denotan emociones, también se usan extremidades del cuerpo humano, siendo las más recurrentes las manos, con la finalidad de lograr captar la atención del usuario y generar un impacto emocional.

La gráfica popular mexicana influye en la estructura de estas composiciones tipográficas, en primera, porque las frases que comúnmente se usan son de tipo coloquial, se emplea un lenguaje popular que automáticamente nos enlaza con nuestra cultura mexicana, dando espacio para el doble sentido, el humor y en ocasiones los regionalismos; con esto es fácil lograr un entendimiento con el consumidor. Por otro lado, estas frases son representadas con tipografías de fácil legibilidad, colores que conjugan de manera armoniosa la composición, en algunos casos se emplean líneas que rodean estas grafías simulando sombreado en ellas, intentando simular ser dibujadas a mano con brochazos y pinceladas.

Dentro del proyecto el uso de las texturas aparentan un acabado vintage, generado a partir de dos software's, Adobe Photoshop e Illustrator, por medio de los cuales producimos diferentes resultados imitando el papel arrugado, hojas desgastadas y con ruido; además, se aplican efectos de tramas que le dan una similitud de rotulo a la composición, esto con la intención de conseguir el efecto de un cartel elaborado de forma manual y sobre todo una composición dinámica que a su vez es simple, elegante pero lo más importante, pregnante y con gran peso en su contenido. (Daniela Belén Leoni, 2019)

5.1.2 ¿Cómo se implementa en la sociedad?

Este proyecto busca dispersarse en la sociedad a manera de propaganda, con

un sentido de *re-evolución*, teniendo como estandarte la difusión de imágenes con una fuerte carga en su contenido visual y conceptual a través de carteles.

Siendo el principal punto de partida los espacios digitales, tales como: Instagram y Facebook y teniendo los espacios públicos como otra alternativa; se puede llegar a un gran público y de esta manera extender el mensaje al mayor número de lugares posibles.

Por un lado, las redes sociales nos brindan las herramientas necesarias para exponer los carteles ya que éstas funcionan bajo una estructura digital a través de la cual, se crean relaciones entre individuos, se origina interacción entre éstos teniendo un feedback de manera inmediata. Esta retroalimentación se consigue mediante el análisis de los resultados arrojados por las diferentes plataformas como son Instagram y Facebook, en las cuales podemos darnos cuenta el alcance que pueden tener estos carteles, las temáticas que tienen mayor auge, el tipo de ilustraciones que más llaman la atención a los usuarios, además se pueden identificar los rangos de edad de los consumidores, y los países de origen de ellos. Esta información es de gran relevancia, puesto que aún sin tener la intención de buscar un público específico, se crea un nicho en el cual se va abriendo camino hacia nuevos usuarios, nuevas formas de pensamiento y nuevos cuestionamientos a raíz de los temas expresados. Así pues, las redes sociales poseen un gran poder de difusión, en este caso son la punta de lanza para que el proyecto *Cartelismo Consciente* lo use a su favor y se difunda a través de





ellas, obteniendo como recompensa la *revolución* de los individuos a los que llega.

Por otro lado, tenemos los espacios públicos, lugares en los cuales converge la sociedad de manera libre, individuos que se dirigen a sus zonas de trabajo o que simplemente buscan otro panorama a su realidad, que en su cotidianidad no habitan las redes sociales. Es así que, las paradas de combi, paredes, bardas, señalizaciones callejeras y demás espacios públicos, forman parte del espectro de posibilidades para que los carteles sean expuestos, se seleccionan estos lugares por la sencilla razón de ser sitios en los cuales hay grandes afluencias de personas, y se tiene como objetivo captar su atención, en este caso no se tiene un control en cuanto a la retroalimentación que pueda haber entre emisor y receptor, por ello se hace uso de la marca *Acheemedede* como elemento de identificación, para que con ello, el usuario pueda en alguno caso tener un acercamiento a las plataformas digitales de la marca y de esta manera pueda descubrir más producción del autor.

En otras ocasiones, los carteles tienden a ser sintetizados a manera de sticker, los cuales son colocados en diferentes sitios alternativos; el mensaje es el mismo, pero transportado a un formato más práctico, sin perder su esencia. La marca también tiene aplicación en playeras, con la finalidad de crear un vínculo entre el creador y usuario.

Por último, queda mencionar que el proyecto *Cartelismo Consciente* también ha sido mostrado en exposiciones

colectivas, compartiendo espacio con diversas formas de expresión como son la pintura, la música, el grafiti, el grabado y el estencil, en las cuales se ha tenido una recepción positiva por parte de los asistentes; *Acheemedede* ha ido incursionando de manera alternativa en la creación de murales haciendo uso de las temáticas y estructuras presentadas en los carteles; siempre con la firme intención de esparcir mensajes que contribuyan a una responsabilidad social y cultural, aportando nuestro granito de arena en un mundo cada vez más lleno de caos y problemáticas que nos hacen parte y nos competen a cada uno de nosotros. (Daniela Belén Leoni, 2019)

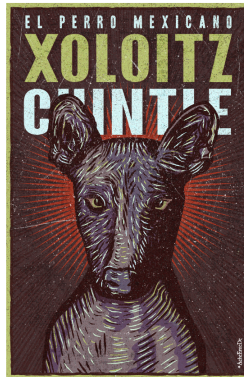
5.2 Propuestas gráficas del autor

FAUNA



“POR EL CAMINO”
AÑO 2015

Marca el inicio del proyecto *Cartelismo Consciente* el colibrí es representado como “el mensajero de los dioses”.



“EL PERRO MEXICANO”
AÑO 2019

Un homenaje al xoloitzcuintle, el perro azteca; según las leyendas, es relacionado con la oscuridad, la muerte y los espíritus.



“NO ERES PUNK”
AÑO 2020

Se representa mediante un gato la ideología de anarquía, concepto que en la actualidad no puede ser aplicado, puesto que estamos inmersos en un mundo capitalista, la composición tipográfica denota a modo de sarcasmo esta contradicción.



“SIGUE LOS LATIDOS DE TU CORAZÓN”
AÑO 2016

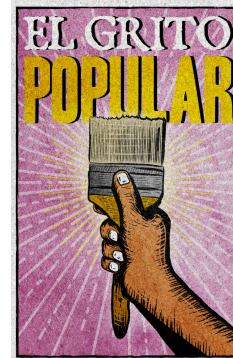
La frase central está acompañada por un ave, el cual representa la libertad de elegir, la posibilidad de tomar la mejor decisión ante cualquier situación. La intuición.

CARTELISMO CONSCIENTE



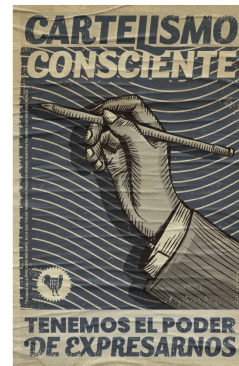
“CARTELISMO CONSCIENTE”
AÑO 2015

Segunda pieza de la serie *Cartelismo Consciente*, el cual demarca el nacimiento de este proyecto visual, teniendo como referencia principal la expresión musical y la naturaleza.



“EL GRITO POPULAR”
AÑO 2020

Esta composición enuncia una de las características principales de la gráfica popular, representada a través de una brocha, elemento esencial para la aplicación de propagandas callejeras.



“CARTELISMO CONSCIENTE”
AÑO 2021

Tercera pieza de la serie *Cartelismo Consciente*, desarrollada 6 años después del nacimiento del proyecto, jerarquizando la importancia de la libertad de expresión.

LA NUEVA NORMALIDAD



“2020”
AÑO 2020

En principios del año 2020 comenzó la pandemia del COVID-19, se sintetizó el concepto de que todo el año debíamos portar un cubreboca, acompañados del celular, principal medio por el cual nos informábamos o desinformábamos del desarrollo de la pandemia.



“LA SELFIE”
AÑO 2020

La segunda pieza de la serie “Pandemia”, en la cual se enfatizó en la actualidad que vivíamos, demostrando que la vanidad y la inmediatez estaban por encima de la realidad.



“LA NUEVA NORMALIDAD”
AÑO 2020

Tercera pieza de la serie “Pandemia”, en la cual se enuncia una de las frases más recurridas en este tiempo, y muestra a un individuo atento a los nuevos cambios que se acercaban.



“2021”
AÑO 2021

Cuarta pieza de la serie “Pandemia”, en la que se añoraba el comienzo de un año nuevo sin COVID-19, con la inmediata desilusión de que la pandemia continuaba.

EXPRESIÓN POPULAR



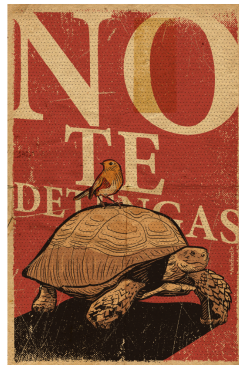
“¡ESTAMOS VIVOS!”
AÑO 2021

Cartel con intencionalidad de sentido positivo, una simple frase que nos recuerda nuestro fugaz paso por este plano terrenal llamado vida.



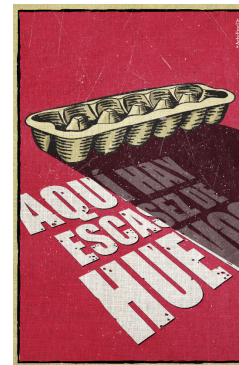
“SU SUERTE MERECE UN CHANCE”
AÑO 2022

Cruzar el dedo medio e índice para “atraer buena suerte”, o como coloquialmente también se conoce el mexicanismo, “hacer changuitos”.



“NO TE DETENGAS”
AÑO 2019

Este cartel denota motivación, y se representa una tortuga que no se detiene, sigue su camino a paso lento, pero continúa su andar, motivada por la libertad de un pájaro que viene a empujarla.



“AQUÍ HAY ESCASEZ DE HUEVOS”
AÑO 2019

Frase del actor y comediante mexicano cantinflas, extraída de un diálogo, y representada de manera literal e ironizada con un contenedor de huevos vacío.

GALLO



“EL VALIENTE”
AÑO 2018

Interpretación del personaje del autor, representado a manera de carta de lotería mexicana, haciendo referencia al valiente, el gallo.



“VIVIR PARA MORIR”
AÑO 2020

Inevitable proceso transitorio por el cual hemos de pasar los seres vivos, representado con el personaje del gallo como pregonero de noticias.



“¿NO QUE MUY GALLO?”
AÑO 2020

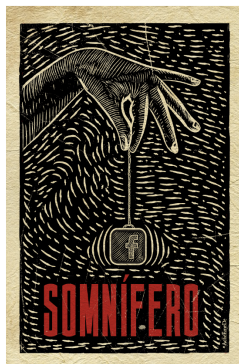
Representación del gallo como imagen central, en la que hace la pregunta a manera de reto, si es posible ir más allá de nuestras limitantes, tanto físicas como mentales.



“LA GALERÍA”
AÑO 2020

Nuestro personaje del gallo, nos invita a adentrarnos y ser bienvenidos a la galería donde se exponen los carteles de la marca *acheemede*.

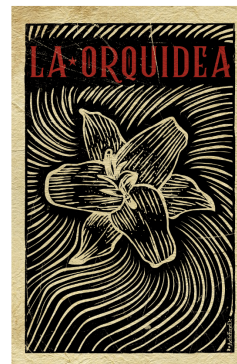
GRABADO MEXICANO



"SOMNIFERO"

AÑO 2018

Se representa el movimiento del péndulo, quien logra tranquilizarte hasta llegar al sueño, en este caso se representa de manera irónica que el péndulo quien nos duerme es una red social, haciéndonos dependientes.



"LA ORQUÍDEA"

AÑO 2018

Representación figurativa de una orquídea, quienes conforman la familia más grande de las plantas con flores, además de representar aprecio y admiración.



"LA IGUANA"

AÑO 2018

Homenaje a uno de los reptiles más representativos de las zonas tropicales de México, Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.



"EL GRABADOR"

AÑO 2018

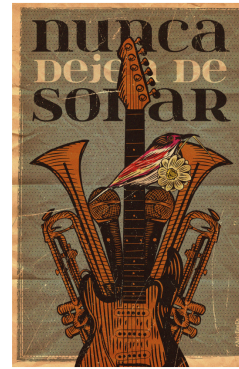
Composición gráfica que enaltece el antiguo oficio del grabado en linóleo, referenciando al grabador, representado a manera de simulación del acabado que resulta de esta misma técnica.

LA MÚSICA



“CULTURA DE CALLE”
AÑO 2015

En dicho cartel se muestra la fusión entre un instrumento musical, y una brocha que representa la intervención de carteles en la calle, haciendo referencia a diversas formas de expresión callejera.



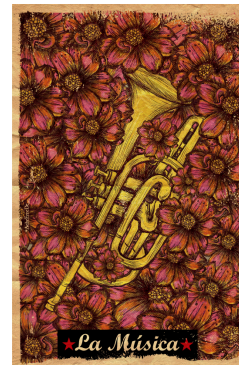
“NUNCA DEJEN DE SONAR”
AÑO 2019

Se honra la importancia de la música en nuestra vida, los instrumentos musicales engloban el sentido de la expresión artística, en conjunto con un ave que nos insinúa la libertad de poder expresarnos.



“LA MÚSICA ME ELIGIÓ”
AÑO 2022

Nos encontramos ante una composición que representa el amor que tiene un músico a su profesión, a la felicidad y plenitud que le genera ejecutar un instrumento.



“LA MÚSICA”
AÑO 2019

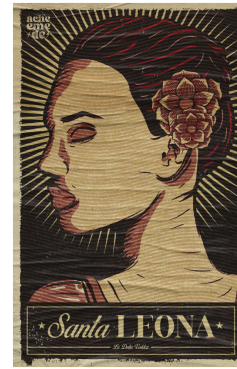
La fusión de un instrumento musical y la naturaleza, convergiendo en un todo, un equilibrio entre lo natural y lo musical. Los instrumentos de viento poseen el poder de ser ejecutados a través del soplo de vida, de nuestro aliento.

LAS MUJERES



“ALMA SANA”
AÑO 2021

Se muestra la pureza y belleza de una joven mujer mexicana envuelta en un rebozo, indumentaria típica usada en México, Centroamérica y algunas zonas de América del Sur.



“SANTA LEONA”
AÑO 2022

El título es extraído de una canción del grupo de cumbias argentino, “La Delio Valdez”, en dicha canción se honra la valentía de las mujeres, y su lucha continua por la igualdad de género.



“MESTIZOS”
AÑO 2018

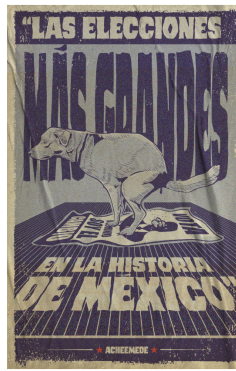
Las raíces de nuestra cultura mexicana, fruto del mestizaje de pueblos indígenas con la españolización en la época de la conquista.



“LAS MUJERES”
AÑO 2018

Cartel conmemorativo en honor a las mujeres indígenas mexicanas, pilar importante en los campos y hogares de nuestro país, guerrera incansable.

POLÍTICA



“LAS ELECCIONES MÁS GRANDES”
AÑO 2021

Cartel con motivo de protesta ante una de las elecciones más grandes en la historia de nuestro país, aplicado con un tono de sarcasmo y desaprobación.



“¿USTED LE CREE A LOS POLÍTICOS?”
AÑO 2021

Los ciudadanos nos cuestionamos si realmente merecemos dirigentes incapaces, este cartel se muestra en un tono socarrón.



“LA PRENSA”
AÑO 2021

Re-interpretación a una frase común, en la cual se denota la corrupción que existe en el manejo de campañas a través de medios como la prensa que posicionan a políticos a su conveniencia.



“POLÍTICO CORRUPTO”
AÑO 2021

Crítica hacia los simpatizantes que fanatizan la figura de un político, que dicho sea de paso ni siquiera sabe de la existencia de éste, ni le interesa.

TIERRA CALIENTE



“HUACHITO”
AÑO 2020

En dicho cartel, se enfatiza la intención de preservar las tradiciones y raíces a las nuevas generaciones, esto aplica en todos los pueblos originarios de nuestro país, en este caso, se usó el término *huachito*, para referirnos a un niño, en la región tierra caliente, en el estado de Guerrero.



“SOY DE GUERRERO SEÑORES”
AÑO 2021

Fragmento extraído de un son tradicional de la región tierra caliente, se enfatiza en mostrar un músico que ejecuta este tipo de música tradicional. Dicho cartel forma parte de la serie “Tierra Caliente, Guerrero”.



“TIERRA CALIENTE MECIÓ MI CUNA”
AÑO 2021

Segunda pieza de la serie “Tierra Caliente, Guerrero”, se representa la figura femenina, con su vestimenta típica, además de estar acompañada por el fragmento de un son tradicional de la región.



“ARRIBA TIERRA CALIENTE”
AÑO 2022

Esta frase es muy común en la región tierra caliente, en el estado de Guerrero, y se acompaña por la representación de un campesino acompañado de su sombrero tradicional, y la base del sustento del día a día, a través de la cosecha del maíz.

REDES SOCIALES



“ACTIVISMO DE SOFÁ”
AÑO 2021

Crítica personal hacia todos aquellos “activistas”, que revolucionan y quieren cambiar el mundo a partir de un click, desde la comodidad de su sofá.



“TODOS ESTAMOS INMERSOS”
AÑO 2019

La actualidad demanda el uso continuo de las redes sociales, en algún momento de nuestras vidas nos encontramos conviviendo a través de ellas, además de, en muchos casos depender de las mismas.



“EL CELULAR NO REEMPLAZA A TUS AMIGOS”
AÑO 2020

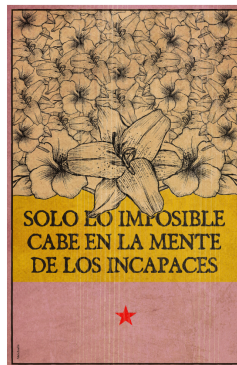
La dependencia diaria de las redes sociales implica una convivencia por medio de ellas, haciendo cada vez más común el uso de ellas para relacionarse con individuos.



“LO EFÍMERO DE LAS REDES SOCIALES”
AÑO 2022

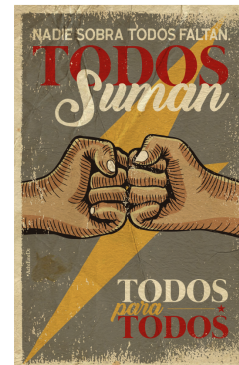
Actualmente vivimos en un mundo bombardeado por información, que en menos de lo que imaginamos pasa a ser parte de la historia, y se convierte en un momento efímero; irrepetible y a su vez desechable.

MOTIVADOR



“SOLO LO IMPOSIBLE CABE EN LA MENTE DE LOS INCAPACES”
AÑO 2016

Frase extraída de una canción, e interpretada de manera personal, de modo que el renacimiento de las flores denota la fortaleza para derribar cualquier imposible.



“TODOS PARA TODOS”
AÑO 2019

Cartel que referencia la suma de esfuerzos entre los individuos de una sociedad, todos somos parte importante dentro de una estructura social.



“VIVIR BIEN Y SER FELICES”
AÑO 2022

Interpretación personal sobre el secreto de la felicidad, que radica en vivir sin preocupaciones, sin pretensiones, y dejar que las cosas transcurran su curso.



“ES CON TODO”
AÑO 2022

Composición gráfica con gran carga motivacional, haciendo un recordatorio diario a que las cosas que hagas las hagas de corazón, con toda la actitud de mejoramiento.

MOTIVADOR



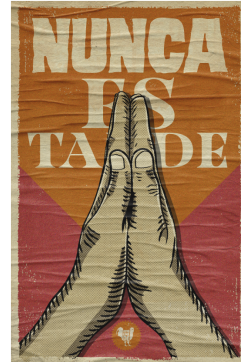
“FUERZA”
AÑO 2020

Los elementos de la naturaleza como son la flora y fauna convergiendo, para dar un mensaje de apoyo, este cartel fue realizado en pro de buscar una convivencia plena con la naturaleza.



**“NUEVO DÍA,
NUEVO
COMIENZO”**
AÑO 2020

Cada día es una nueva oportunidad para llevar a cabo aquello que nos hace sentir vivos, el sentido de nuestras vidas.



**“NUNCA ES
TARDE”**
AÑO 2021

Mensaje intencionado como un recordatorio diario, ante la desmotivación de la cual somos víctimas en muchas ocasiones de nuestra vida.



**“NO TE RINDAS,
NO CEDAS”**
AÑO 2021

Fragmento extraído del poema “No te rindas” de Mario Benedetti, en el cual se busca incentivar la superación en el marco de la resiliencia, transmite un claro mensaje de ánimo, superación y crecimiento ante la adversidad.

MOTIVADOR



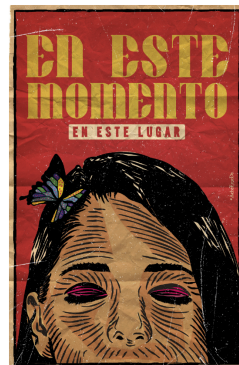
“NADIE COMO TÚ”
AÑO 2022

Cartel con fuerte carga motivacional, que busca incentivar el amor propio, invita a levantar el ánimo y sentirnos plenos aceptándonos tales y como somos.



“VAMOS APOYARNOS”
AÑO 2020

La intención de este cartel es clara, enunciar de manera directa que debemos apoyarnos como parte de un todo dentro de una comunidad.



“EN ESTE MOMENTO, EN ESTE LUGAR”
AÑO 2017

Re-interpretación de la frase “Aquí y ahora”, la cual nos remonta a estar enteramente en lo que se hace y no pensar en el pasado o en el futuro, olvidando el instante presente.



“CRECE, CRECE”
AÑO 2015

Mensaje motivacional, que denota de manera clara el crecimiento personal que cada cual tiene, a su propio tiempo y ritmo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES



Esta investigación tuvo como objetivo identificar y analizar cómo es que a través de la creación de imágenes de cualquier contenido podemos generar un vínculo entre emisor y receptor, logrando interacción e influenciando el actuar o el pensar de cada individuo que las consume, y, a partir de este principio desarrollar un lenguaje comprendido por los usuarios, partiendo de nuestras costumbres, estilo de vida, las formas simples, la representación de individuos que simpaticen con el receptor, considerando que no necesariamente deben ser profesionales en el entendimiento de propuestas gráficas.

Se analizaron los elementos gráficos que forman parte de la estructura de una imagen, pasando por la psicología de Gestalt, obtuvimos la formación de estructuras compositivas o composiciones gráficas; llegando a la conjetura de que, el uso de todos ellos es parte importante para la creación y entendimiento de una imagen, ya que nos permiten transmitir el mensaje que el autor desea dar.

Muchos de estos elementos son de fácil identificación por parte de los usuarios, ya que, forman parte de nuestro día a día, puesto que estamos rodeados de imágenes que consumimos continuamente de manera consciente e inconsciente, con las cuales nos familiarizamos y apropiamos.

Como seguimiento en la investigación y el desarrollo histórico, se concluyó que la propuesta del proyecto recae en la representación de imágenes figurativas, es decir, partiendo de una imagen realista;

en esta propuesta gráfica se hace uso de imágenes que referencian a la realidad, de manera que se muestran con elementos que asemejan esa existencia.

Históricamente el cartel ha tenido gran influencia en la vida de las sociedades del mundo desde su aparición y aplicación, el cartelismo conformó un particular modo de producción y reproducción de imágenes, y en la actualidad sigue siendo parte de esa gama de alternativas de información debido a la facilidad con que éste es propagado, a partir de la aparición de los medios electrónicos se ha podido adaptar a las nuevas maneras de reproducción visual.

Particularmente en este proyecto se analizó la importancia que ha tenido el uso de este medio a lo largo de los años; desde su aparición en Francia hasta nuestros días, con la influencia que ha tenido en México la gráfica popular. Es por lo que, se decidió hacer uso del cartel, ya que, es un producto gráfico que tiene el poder de ser reproducido en grandes cantidades, y en la actualidad puede ser distribuido de manera masiva por medio de plataformas digitales, manteniendo la esencia de ser una imagen con el poder de generar choque de ideas en quien lo consume. Como resultado de la investigación bibliográfica realizada a través de artículos web, libros y revisión de evidencias centran esta investigación en diseño documental.

Con base en un análisis cualitativo, llegamos a concluir que los consumidores de estos materiales gráficos son influenciados por las

temáticas que en ellos se exponen, siendo los temas sociales los que más identifican a los usuarios, debido a la familiarización que se genera con ellos; seguido de temas políticos, los cuales compartimos de manera general a modo de protesta; además, se logró identificar que los elementos más representativos para los consumidores fueron la técnica implementada, que es una simulación de grabado mexicano, con detalles en un aspecto vintage, continuando con el color con los que estos se conforman, siendo nuevamente la gráfica popular principal referente.

Es importante mencionar, que esta influencia es implementada en las propuestas debido a la intención del autor por valorizar las raíces históricas que representan la cultura mexicana y latinoamericana, tomando como referencia elementos identitarios. Por otro lado, la permanencia de una de las herencias gráficas más importantes de nuestro país como la gráfica popular mexicana, sello de identidad que enaltece toda una raíz creativa a partir de técnicas tradicionales, y del uso de la retórica particular del mexicano.

Tomando en cuenta el público al cual se dirige esta propuesta gráfica, se descubrió que el proyecto tiene muy buena aceptación a través de medios digitales, tales como son las redes sociales de mayor auge siendo Instagram y Facebook principalmente. En consecuencia, de ello, se llevó a cabo la aplicación de encuestas por medio de estas principales vías, teniendo como resultado que el proyecto *cartelismo consciente* cumple

su objetivo de generar una identificación con los usuarios que observan las propuestas gráficas, llegando a ellos de manera directa, y generando un sentido de revolución a partir de ello. En este sentido se aplicó un método de recogida de datos, en el cual se analizaron las respuestas obtenidas a través de las encuestas, los símbolos y elementos que más identificaron a los usuarios.

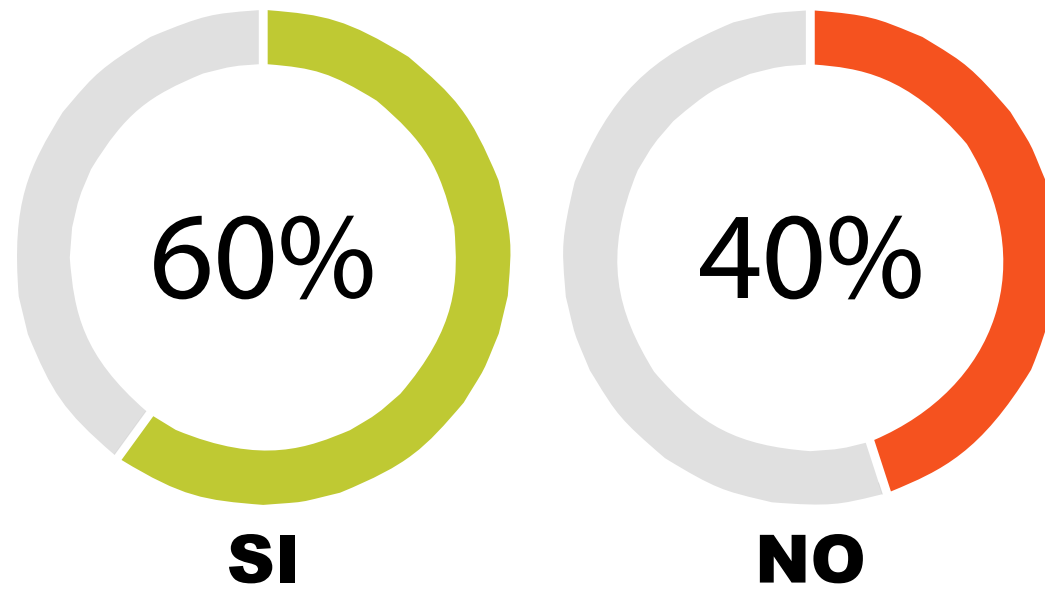
Hay consumidores que afirman sentirse influenciados en su percepción a partir de la observación de un cartel, ya que encuentran puntos de vista diversos y a partir de ello generan nuevos conceptos; algunos otros, sienten cercanía al contenido por la atracción que les genera este tipo de imágenes, ya sea por la pregnancia del mensaje que éste contiene, o por los colores, formas y conceptos empleados.

Por último podemos decir que *Cartelismo Consciente*, es un proyecto que ejerce una especie de puente a través del cual se implementan mensajes de contenido diverso por medio de carteles, que son consumidos por la sociedad a través de medios digitales y en menor medida impresos, mismos que atraen una diversidad de observadores de México y Latinoamérica principalmente, esto, fundamentado a partir del análisis de consumidores que acceden a las redes sociales del proyecto, resultando una gran mayoría países de Latinoamérica los que cumplen con el papel de consumidores, compartiendo el gusto por materiales gráficos con una estética simple y preguntante.

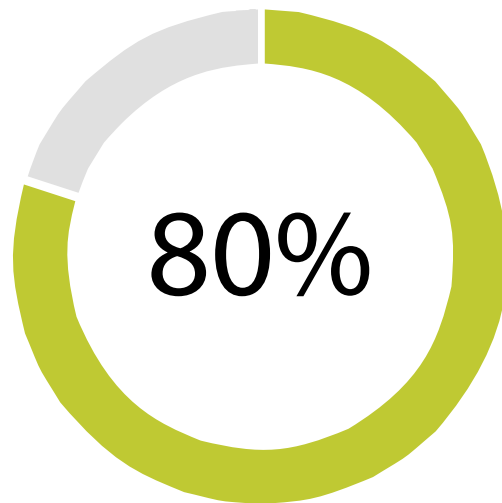


6.1 Gráficas

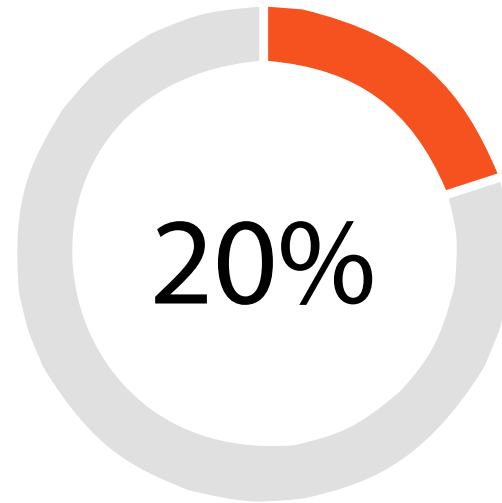
¿Conocías el término
Cartelismo Consciente?



¿Te identifican los carteles que propone
Cartelismo Consciente?



SI

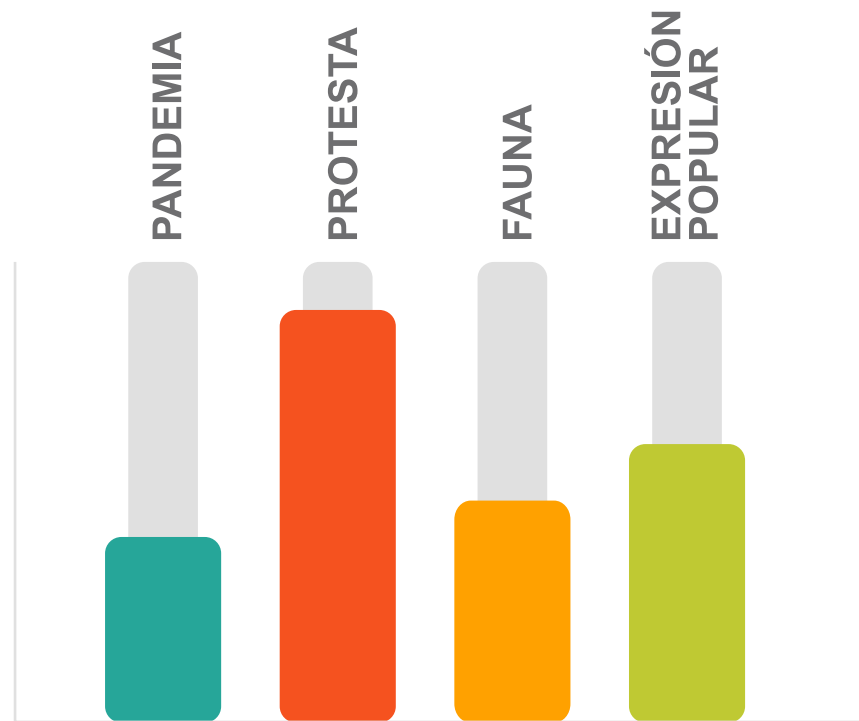


NO

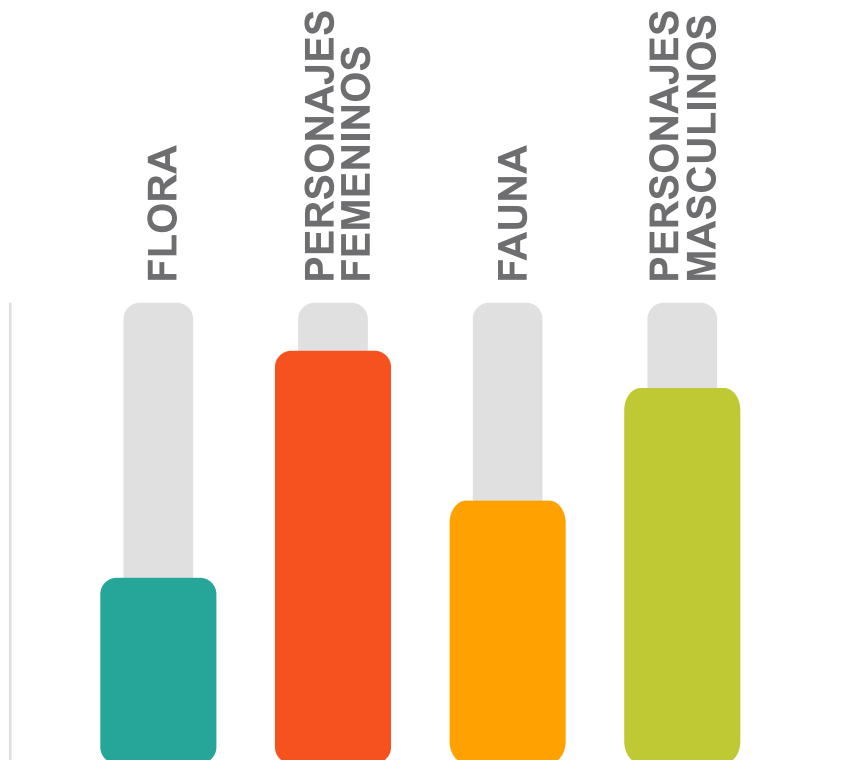




Principales temáticas



Elementos más
representativos

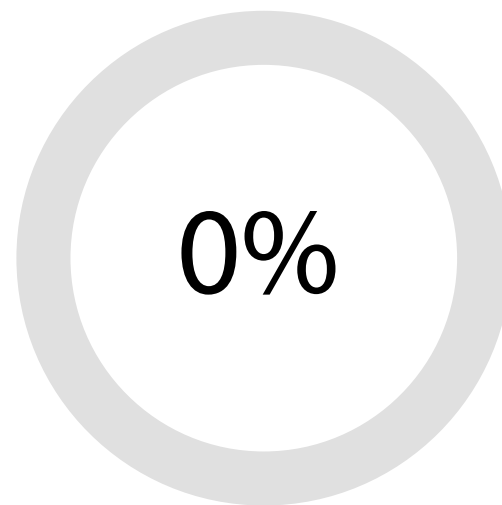




¿Consideras importantes que
**se propaguen mensajes
de contenido positivo/consciente?**

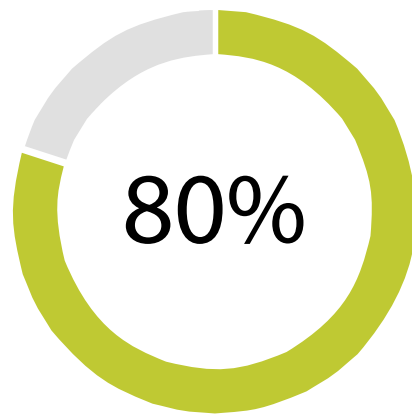


SI

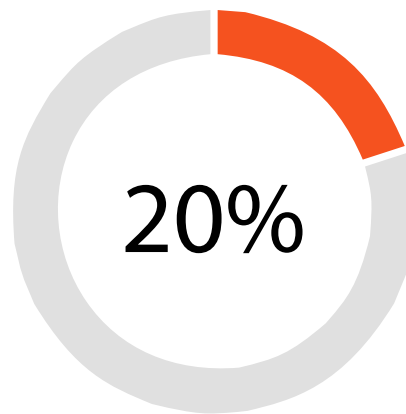


NO

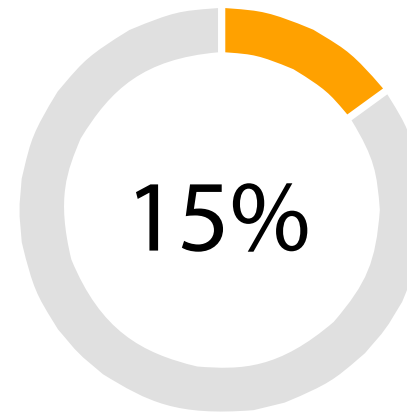
¿Crees que un cartel
**influye en tu percepción sobre un
tema específico?**



SI



NO



A VECES



6.2 Anexos



Anexo 1 fuente: <http://elartevisualdeana.blogspot.com/p/actividades-segundo-b-y-c-bloque-ii.html>



Anexo 2 fuente: <https://www.paredro.com/retratos-de-famosos-con-gran-hiperrealismo/>



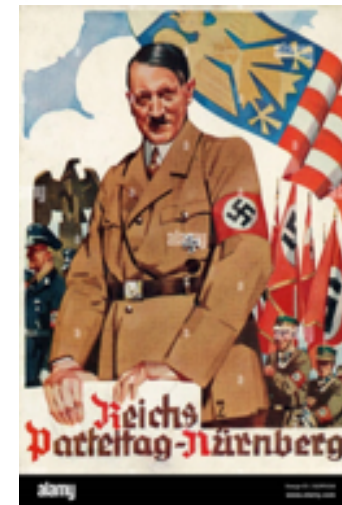
Anexo 3 fuente: <https://elnidobistro.com.ar/el-arte-figurativo-y-abstracto-kv.html>



Anexo 4 fuente: <https://www.pinterest.es/pin/448952656576011945/>



Anexo 5 fuente: <https://www.etsy.com/mx/listing/610291738/cartel-de-la-exposicion-kazimir-malevich>



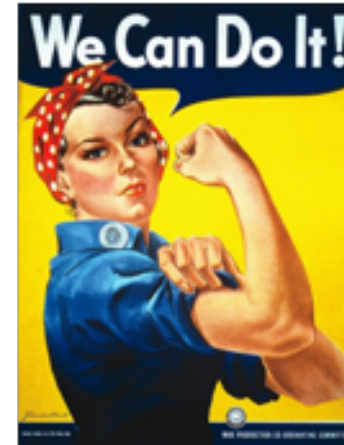
Anexo 6 fuente: <https://www.alamy.es/imagenes/cartel-de-la-propaganda-de-adolf-hitler.html>



Anexo 7 fuente: <https://www.efe.com/efe/america/gente/el-poster-del-tio-sam-que-llamaba-al-alistamiento-en-eeuu-cumple-100-anos/20000014-3227779>



Anexo 8 fuente: <https://www.alamy.com/stock-photo-japyoure-next!-1944-color-poster-by-james-montgomery-flagg-office-133016169.html>



Anexo 9 fuente: <https://encimadelaniebla.com/el-viaje-de-we-can-do-it-a-icono-feminista/>



Anexo 10 fuente: <https://www.logoworks.com/a-brief-history-of-the-i-love-new-york-logo/>



Anexo 11 fuente: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200508/481011200074/saul-bass-titulos-credito-carteles-cinematograficos-hollywood-hitchcock-psicosis.html>



Anexo 11 fuente: <https://grafica.info/saul-bass/>





Anexo 11 fuente:https://movieposters2.com/Vertigo-movie-poster_667426.html



Anexo 12 fuente:<https://tiposdearte.com/biografias/jose-guadalupe-posada>



Anexo 12 fuente:<https://fahrenheitmagazine.com/arte/plasticas/manuel-manilla-la-genialidad-del-artista-que-influyo-jose-guadalupe-posada>



Anexo 13 fuente:<https://creacuervos.com/estridentismo-movimiento-mexicano-de-vanguardia/>



Anexo 13 fuente:<https://niquiefuerapolitica.com/2021/12/13/estridentistas-que-viva-el-mole-de-guajolote/>



Anexo 14 fuente:<https://www.pinterest.com.mx/pin/187603140700437071/>



Anexo 15
fuente:http://xn--diseoacatlan-dhb.com/assets/disenodeespaciosambientales_erikacelaya_robertocarloslopez.pdf



Anexo 16 fuente:<http://thinktankmedia.mx/grafica-popular-mexicana/>



Anexo 17 fuente:<https://mxcity.mx/2016/11/la-fabulosa-historia-la-grafica-popular-mexicana/>



Anexo 18 fuente:<https://mxcity.mx/2016/11/la-fabulosa-historia-la-grafica-popular-mexicana/>



6.3 Bibliografía

- Barragán, R. (2016). *PEGAME: un estudio sobre el sticker artístico*.
- Berrocoso, P. J. (2001). *Tecnología*. Obtenido de https://issuu.com/guiabasica/docs/aplicaciones_del_dise_o/8
- Daniela Belén Leoni, P. S. (2019). *Universidad Nacional de la Plata* . Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/110003>
- Diego Giovanni Bermúdez Aguirre, J. A. (2012). *El cartel: la estampa del mundo que fluye*.
- Educación plástica*. (s.f.). Obtenido de http://www.educacionplastica.net/epv1eso/webquests/webquest_05.html#:~:text=El%20esquema%20compositivo%20es%20un,rede
- Enciclográfica. (2012). Una breve historia del cartel, C. y. (2012). *Enciclográfica* . Obtenido de <https://www.sitographics.com/conceptos/temas/historia/cartel.html>
- Fundamentos del diseño bi-dimensional y tridimensional. (1991). En *Barcelona*. Editorial Gili S.A..
- Galindo Flores, E. G. (2020). *La gráfica popular, un referente de la identidad del diseño gráfico mexicano*. Obtenido de <https://doi.org/10.18682/cdc.vi101.4>
- Guía básica de diseño gráfico*. (2011). Obtenido de https://issuu.com/guiabasica/docs/aplicaciones_del_dise_o/8
- Mheducation. (2020). Obtenido de www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448177282.pdf
- Psicología de la forma. (1964). En Guillaume.
- Quintero, A. P. (1999). *Historia y Comunicación Social*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9999110145A>
- Rafael Gómez Alonso, F. G. (2018). <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/59835/4564456546915>. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/59835/4564456546915>
- Riquelme, I. (2015). *Diseno de cartel bloque básico*. Obtenido de <https://docplayer.es/8757167-Diseno-de-cartel-bloque-basico-compilador-lic-ingrid-riquelme-licenciatura-en-diseno-grafico.html>
- Ruiz, A. L. (2003). La imagen prohibida.

MILO
UGAR

QUE
MI
ES SUFICIENTE

TO
DO
* si no pa' que *

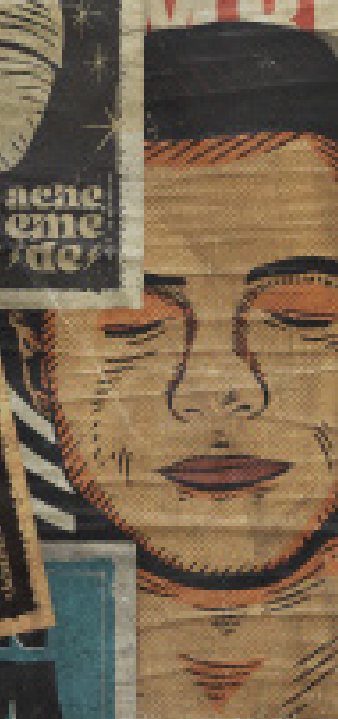
CO
TIN
VIR

LA VIDA
DEBE

Continua



SU
SUERTI
MERECE
UN
CHANCE



NO HAY
NADIE
COMO TÚ



TAUS
de mi caso

