

ACTIVISMO EN DISEÑO

CIRCOS CON ANIMALES



JUDITH QUETZALMA CORONA PÉREZ
JUAN MANUEL TERRONES FERNÁNDEZ

ACTIVISMO EN DISEÑO

CIRCOS CON ANIMALES



ACTIVISMO EN DISEÑO

CIRCOS CON ANIMALES

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTAN:

JUDITH QUETZALMA CORONA PÉREZ
JUAN MANUEL TERRONES FERNÁNDEZ

DIRECTORES DE TESIS:
MTRO. RENE AZCUY CARDENAS
MTRA. ANA LUISA GAMBOA GOCHIS
MTRO. RAFAEL CID MORA



Ésta publicación queda a resguardo de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, queda prohibida ninguna parte de la misma, incluyendo el diseño de la cubierta reproducirse ni transmitirse por ningún medio electrónico, mecánico, de grabación o fotocopia sin la previa autorización escrita por parte de los autores.

Título: Activismo en Diseño

Subtítulo: Circos con animales

Diseñadores: Judith Quetzalma Corona Pérez, Juan Manuel Terrones

Primera edición: Septiembre de 2014

DERECHOS RESERVADOS

Impreso en México

Dedicatorias

A mi familia, por todo su cariño y amor.

A mi mamá, por ser la mejor y preocuparse por mi educación.

A mi papá, por toda la confianza en mi.

A Juan, por toda la paciencia y apoyo para realizar esta tesis.

Y en especial a quien inspiro no solo está tesis, sino mi camino, quien me enseñó que todos los seres vivos merecen respeto y que necesitan que los cuidemos. A mi perro, esa bonita Cosa que extraño tanto.

Ju

A mi padre, a quien siempre tengo en la memoria y cuyas enseñanzas me han ayudado a forjar al hombre que soy ahora.

A mi madre, quien ha sido ejemplo de fuerza, coraje y valentía, mostrando buen ánimo y ganas de vivir ante situaciones adversas; de quien siempre he recibido amor y apoyo incondicional.

A mi hermana, que a pesar de cualquier circunstancia, siempre ha estado conmigo.

A mis tíos "Beno", "Licha" y a mis primos Abraham y Mario, que siempre me han tendido la mano y cuya cercanía me ayudó a superar momentos difíciles.

A mi tía "Mago", gracias por el valioso cariño y apoyo que siempre has brindado a mí y a mi familia.

A mi familia y amigos que siempre con ánimo y alegría me han mostrado la belleza y bondades de la vida.

A ti, Judith, gracias por todo. Siempre recordaré los momentos que pasamos, las situaciones que nos hicieron llegar aquí, ahora. Gracias, ¡Lo logramos!.

Juan M.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el diseño gráfico ha ido ganando un lugar importante en el contexto de las causas sociales, hasta el punto en el que se ha considerado que el diseño tiene la capacidad de cambiar al mundo y despertar conciencias.

Los inicios del diseño activista se debió al interés de movilizarse ante los problemas sociales y políticos, por la pésima situación laboral, continuando con carteles en contra de un mal gobierno, así como para manifestarse en contra de las guerras, como la Segunda Guerra Mundial.

Con el paso del tiempo, los intereses y las causas a defender que motivaban a los diseñadores activistas se fueron ampliando y a su vez respondiendo a las diversas situaciones sociales, políticas, económicas, ambientales y culturales que acontecían; como la lucha contra el SIDA, el respeto a la diversidad sexual, el deterioro medioambiental y pérdida de la biodiversidad, que ante la aparición de organismos genéticamente modificados han sido promovidos por multinacionales así como el maltrato animal, etcétera. Es precisamente en el punto relacionado con el maltrato animal en donde se centra ésta investigación, ya que se enfoca a la promoción y defensa de los derechos de los animales a través del diseño activista. De manera específica, se tratará el caso de explotación y maltrato de animales de circo para realizar espectáculos para el entretenimiento público.

Índice

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN	9
-Planteamiento del problema	
-Objetivos	
-Metodología de la investigación	
-Justificación	
-Hipótesis	
CAPÍTULO UNO. Investigación Teórica	14
El diseño gráfico en el activismo	
- La historia del diseño para las causas sociales	
-Las primeras voces críticas	
-Tipografía Activista	
-Carteles de guerra	
-Diseño ambientalista	
-Manifiesto	
-GRAPUS	
-Despues de GRAPUS	
- De la armonía a la ironía	
- Cualificación Teórica	
CAPÍTULO DOS. Investigación Iconográfica	30
Diseñadores, Artistas gráficos y activismo	
- Explorando en la gráfica por causas sociales	
-Recopilación de imágenes	
-Clasificación de las imágenes recopiladas	
-Caracterización de la colección	
- Descripción de detalles específicos de 5 obras seleccionadas	
- Cualificación de la colección	

CAPÍTULO TRES. Solución gráfica ······ 50

Armonía con los animales

-Descripción del proyecto de diseño

-Marco contextual sobre el proyecto de diseño

- Circos famosos
- El circo como beneficio humano y social
- El circo y la terapia ocupacional

-Animales en los circos

- Adiestramiento
- Acciones a favor de la vida de los animales

-Marco conceptual sobre el proyecto de diseño

- El fotomontaje
- La escala de grises en un mundo cromático
- Retórica visual
- Ironía

-Proceso de diseño

- Primera etapa
- Segunda etapa
- Tercera etapa

-Solución gráfica ······ 62

-Conclusión ······ 75

-Glosario ······ 77

-Fuentes de información ······ 78

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A través de los años, el ser humano ha tenido que luchar por una sociedad más justa, más igualitaria, defendiendo los derechos de los trabajadores, de las mujeres, de los niños e incluso de los animales. El diseño ha tomado un papel importante dentro de las causas sociales, políticas, ambientales, etcétera; para transformar y mejorar el mundo. Sobre esta línea, diseñadores gráficos como Gerard Paris Clavel, han dirigido su interés a favor del bienestar de los seres vivos; manifestándose en su trabajo artístico, centrándose, por ejemplo, en campañas en contra de los circos con animales.

Los empresarios circenses han empleado animales como atractivo principal o secundario para el entretenimiento público, lo que ha contribuido a dar originalidad a la gráfica tanto en la publicidad como en campañas que se manifiestan en contra de dicha actividad. Es por esto que se indagará sobre el concepto de libertad que se tiene acerca de los animales en los circos; para un lenguaje gráfico, que sea propositivo en la manera de crear conciencia y de gran expresividad, para trascender en la realización de carteles sobre la cultura y la sensibilización hacia la vida de los animales de circo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una serie de carteles, con base en la creación de imágenes que sean propositivas a través de la aplicación de la retórica visual, para generar una conciencia sobre el uso de animales en los circos.

Objetivos de la investigación teórica

- Indagar acerca de la retórica visual en la construcción de mensajes para generar conciencias, dirigido a la realización de carteles sobre la cultura y la sensibilización las causas sociales.
- Analizar y evaluar el papel que ha tomado el diseño gráfico dentro de las luchas sociales, a fin de definir los atributos y la permeabilidad de los mensajes con fin de generar una conciencia.

Objetivos de la investigación iconográfica

- Recopilar imágenes realizadas para luchas sociales, en específico carteles de circos con animales.
- Analizar los diferentes tipos de lenguaje visual empleados en la gráfica publicitaria a favor y en campañas que se manifiestan en contra de los circos con animales.
- Clasificar las imágenes recopiladas de acuerdo a su función, originalidad, expresividad y simplicidad.
- Cualificar las imágenes, a fin de encontrar los atributos de las obras analizadas.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación aquí presentada se basa en el método analítico, la cual nos permitirá analizar con base a parámetros conceptuales y formales los porcentajes de recurrencia así como la carencia dentro de la propuesta gráfica.

JUSTIFICACIÓN

La historia del diseño para las causas sociales deriva de circunstancias sociales, políticas y ambientales; con enfoques sin fines de lucro, creativas que conllevan la reflexión social. El término activismo en diseño ha tomado fuerza en los últimos años, se puede inferir que es una solución a problemáticas sociales.

En la actualidad puede encontrarse trabajos de reconocidos diseñadores que han luchado por las causas humanas, sociales y medio ambientales. Dentro de este grupo de diseñadores y artistas gráficos se encuentra: Gerard París-Clavel, reconocido diseñador, hace referencia a problemáticas sociales, culturales y de interés humano en sus carteles. Donde logra capturar una visión propia de los temas sociales.

Es por esto que se indagará sobre el papel que ha tomado el diseño dentro de las causas sociales, políticas, ambientales, etcétera; para transformar y mejorar el mundo.

El diseño gráfico se ha visto involucrado en luchas a favor de causas sociales. Una de ellas ha sido la búsqueda y conservación de la libertad, no sólo propia de los humanos, sino también de los animales, quienes han sido víctimas de la explotación humana a causa de diferentes actividades, como su inclusión en los circos. Como consecuencia de dicha explotación, se ha ido olvidando la naturaleza de la propia existencia, la importancia de la sana coexistencia y de la trasmisión de estos valores tan indispensables hacia las nuevas generaciones. Los circos que incluyen animales en sus actos reflejan una realidad distinta acerca de la vida de estas criaturas: un comportamiento que no es natural. Esto tiene repercusiones en la percepción social en donde el animal disfruta de hacer los actos, es feliz y vive cómodamente, cuando la realidad es que se está propiciando la explotación y la pérdida de respeto hacia la vida. Este trabajo se basa en la importante una revaloración de este tipo de actividades, ya que son el reflejo de la sociedad quien a su vez debería preocuparse por la promoción de la cultura del respeto hacia los seres vivos.

HIPÓTESIS

El diseño gráfico tiene la capacidad de persuadir e impresionar al público sobre problemáticas sociales, culturales y ambientales; de brindar los elementos necesarios para generar una conciencia. Es por ello que a través de una serie de carteles sociales y activistas se pretende sensibilizar al público sobre el uso de los animales de circo. Basados en las directrices del personaje protagónico como referencia Gerard París-Clavel, hace referencia a problemáticas sociales y culturales en sus carteles.

CAPÍTULO UNO



EL DISEÑO GRÁFICO EN EL ACTIVISMO

Activismo en el diseño en favor de las causas sociales, políticas y medio ambientales

El término activismo en diseño ha tomado fuerza en los últimos años y según Isabel Campi ha sido empleado para “referirse a prácticas creativas que invocan la agencia social, política y medio ambiental.” (Campi, I. 2010)

Por lo general, se distancia de los enfoques comerciales o basados en las políticas públicas habituales. Por el contrario, abarca teorías, articulaciones y acciones de diseño marginales, sin fines de lucro o políticamente comprometidas.

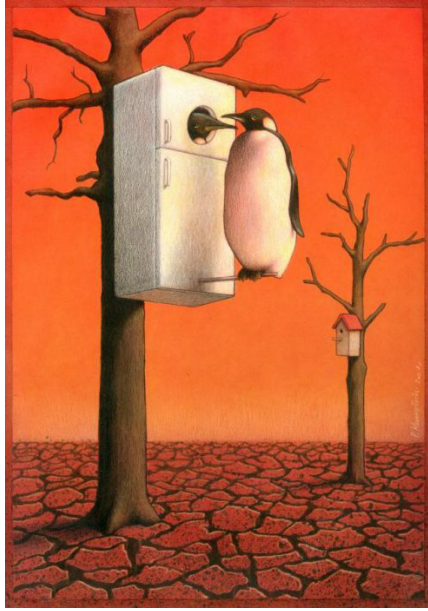
Se puede argumentar que “el activismo en diseño” es una respuesta a ciertas condiciones contemporáneas de cambio geopolítico, a condiciones sociales, prácticas económicas y desafíos medio ambientales. No obstante, hereda una rica historia que se remonta al origen mismo del diseño. (Campi, I. 2010)

Se tiene entonces que el activismo en diseño se ha manifestado en diferentes regiones y con diferentes fines, surgiendo así diversas propuestas de diseñadores freelance y grupos de activistas gráficos organizados con una misma meta. El interés de artistas gráficos y diseñadores ha ido en aumento en los últimos años.

En la actualidad puede encontrarse trabajos de reconocidos diseñadores que han luchado por las causas humanas, sociales y medio ambientales. Dentro de este grupo de diseñadores y artistas gráficos se tienen a: Luba lukoba quien ha plasmado su interés por las causas sociales en carteles, reunidos en su libro “Social Justice”. Pawel Kuczynski, que con la expresividad de sus obras, logra la reflexión del observador. Gerard París-

Luba Lukoba
Health Coverage





Pawel Kuczynski

Clavel, reconocido diseñador, hace referencia a problemáticas sociales, culturales y de interés humano en sus carteles. Yossi Lemel, en sus carteles llenos de ironía y metáfora visual, logra capturar una visión propia de los temas sociales. Teresa Sdravovich, diseñadora e ilustradora, cuya sencillez visual es lo suficientemente fuerte para llevar a la meditación.

Diversos grupos de diseñadores se han destacado por su trabajo en favor de las causas humanas, entre los cuales se encuentra GRAPUS.

Fundado por Pierre Bernard, Gérard Paris-Clavel y Francois Miehe, el colectivo Grapus realizó carteles de teatro, carteles para el partido comunista, para campañas educativas, políticas y para instituciones sociales. Cabe mencionar que el número de carteles que realizaron es mayor a 700.

Grapus desarrolló un lenguaje visual cargado de retórica, en especial de la metáfora. En sus trabajos están presentes el collage, graffitis, imágenes en escala de grises con detalles en color, imágenes en alto contraste; también emplean fotografía decorada y motivos multicolor.

Con sus trabajos, el colectivo logró acercar el diseño gráfico a la gente, ya que mostraban los intereses de una sociedad, dejando de lado el diseño orientado al consumo de productos.

Gérard Paris-Clavel, es quien constituye la parte racional del grupo, llevando las ideas no solo al nivel gráfico, sino a la enseñanza del diseño como una profesión con alcances sociales. Obtuvo diversos premios por su trabajo, entre los que se encuentra un 1er. Lugar en la Bienal Internacional de México, en el año de 1990, por el cartel denominado "La Naturaleza del Arte".

Por otro lado, existen campañas en favor de la naturaleza y los derechos animales. Diversas organizaciones surgen con el sólo interés de velar por el bien de los seres vivos que son atacados por la actividad humana como la caza y pesca desmedidas, contaminación ambiental, tala de árboles, etc.

Muchas de éstas campañas han conseguido trabajos muy buenos en el ámbito creativo. Instituciones de acción global como Greenpeace, PETA, WWF y Anima Naturalis, suelen presentar campañas visuales muy audaces y con imágenes metafóricas, de un nivel comunicativo y creativo alto.

Estas instituciones están a favor del rescate del medio ambiente y luchan en favor de los derechos animales. Es preciso destacar que existe una “Declaración Universal de los Derechos de los Animales” que ha sido aprobada por la UNESCO y por la ONU. En el artículo 3º de esta declaración se enuncia que: “Ningún animal será sometido a malos tratos ni actos crueles.” Y el artículo 4º hace referencia a la libertad y menciona que: “Toda privación de libertad, incluso aquella que tenga fines educativos, es contraria a este derecho”. Bajo los artículos de esta declaración se puede respaldar el trabajo que llevan a cabo las instituciones y organizaciones antes mencionadas; por ejemplo, Anima Naturalis organizó una campaña en favor de los animales de circo, cuyos carteles son muy expresivos y llevan a la reflexión.

WWF Campaña Desertificación



La historia del diseño para las causas sociales

A lo largo de nuestra historia el ser humano ha tenido que luchar por una sociedad más justa, defendiendo los derechos de los empleados, de las mujeres, hasta defendiendo su raza misma. El diseño ha tomado un papel importante dentro de estas luchas desde el siglo XIX hasta nuestros días, favoreciendo a las causas para transformar y mejorar el mundo.

El diseño para la sociedad se va definiendo en la búsqueda de un impacto social y se basa en las relaciones del diseño y la sociedad. Por otra parte el activismo se puede definir como:

La acción o actividad directa y sostenida cuyo objetivo es incitar o efectuar un cambio social o político. (*Pelta, 2012*)

Se puede suponer entonces que los orígenes de este tipo de diseño surgen en el siglo XIX, correspondiendo con las revoluciones políticas, sociales y económicas a los largo de la Revolución Industrial.

Las primeras voces críticas

La industrialización genera una deshumanización del trabajo, aleja al arte de la producción, es por esto que en Gran Bretaña surgieron voces críticas que proponían la reintegración del trabajo artesanal. Además consideraron que era la oportunidad de promover una contienda moral a fin de reintegrar a Gran Bretaña y a sus trabajadores en esa dignidad que estaban perdiendo.

Voces críticas como Augustus Welby Pugin, John Ruskin y William Morris. Siendo escritores, diseñadores, artistas o criticos de arte, pero tenían algo en común, eran reformadores sociales.

La arquitectura estaba perdiendo valores como la honestidad, no estaba



William Morris

siendo congruente principalmente dentro del marco cristiano, había una falta de creatividad y no existía una adaptación a las necesidades de los individuos; todo esto es lo que Pugin quería devolverle a la arquitectura.

Desde una mirada hacia el mundo medieval y en especial defendiendo el gótico, insistió en que era preciso desarrollar una arquitectura cuyo modelo fuera la naturaleza y respondiera a valores morales, éticos y religiosos. Hizo responsable a la vanidad de los arquitectos del lamentable estado de la arquitectura de su tiempo, conducida por el capricho y no por atender a la demanda de las personas. En una sociedad como la victoriana, en la que todos los aspectos de la vida tenían una dimensión moral, reformar la arquitectura significaba reformar la sociedad.

John Ruskin por su parte apuntó a las lamentables situaciones laborales de los trabajadores. Criticaba la deshumanización provocada por la creciente mecanización y la división del trabajo. Para él, la Revolución Industrial orillaba a los artesanos a producir edificios, artefactos y objetos carentes de creatividad y esencia. Sus ideas sobre como debería reorganizarse la sociedad fueron plasmadas en el Gremio de San Jorge, que fundó en 1878.

William Morris por su parte, propuso la renovación de la cultura recuperando el espíritu de las artes y oficios medievales, además luchó por alcanzar un ideal: alcanzar un mundo en el que la necesidad y la estética conviviesen armónicamente.

Tanto para él como para Ruskin era preciso recuperar el sistema de producción artesanal (“...un arte hecho por el pueblo y para el pueblo constituye la felicidad de quien lo crea y de quien usa de él...”) recalca con esto su aversión a la máquina y con un enérgico espíritu de contienda escribió “todas las artes menores se encuentran en un estado de completa degradación, especialmente en Inglaterra y,



Hermann Muthesius fundador de la Deutscher Werkbund en 1907

por tanto, con el engreído coraje de un joven, me puse a reformar aquello...” (Morris, 2007). Fue entonces cuando Morris bajó a la calle, dedicándose a la lucha social, entretanto por otra parte, brillaba por sus trabajos literarios.

Para Morris, atacar y resolver estas cuestiones sociales era fundamental, mientras no se resolvieran problemas como la pésima situación económica y laboral de los trabajadores; la estética y la necesidad no podrían coexistir armónicamente

El ideal de Morris, no se podría cumplir mientras no se resolvieran problemas como la deplorable situación económica y laboral de los trabajadores así como la degradación del medio ambiente urbano. Mantenía firmemente que dentro de un entorno mejor éste mismo daría paso a una sociedad mejor. Es por esto, que consideraba que el diseño, tenía como propósito la creación de objetos cotidianos, así mismo tenía la capacidad de crear beneficios sociales. Para él; el rumbo del diseño era revolucionar el mundo y sus herramientas eran la practicidad, los materiales y la sencillez.

En 1907 surge en Alemania la asociación *Deutscher Werkbund*, constituida por fabricantes, arquitectos, artistas, diseñadores, comerciantes, periodistas hasta pedagogos. Buscaba una nueva expresión artística en la era de la máquina, en los estatutos de *Werkbund* se aclaraba;

“El objeto de *Bund* es el ennoblecimiento del trabajo profesional con una acción combinada con el arte, la industria y la artesanía lograda por medio de la educación, la propaganda y un criterio de unidad con respecto a las cuestiones de este ámbito” (Salina Flores).

El *Deutscher Werkbund* fue uno de los establecimientos que impulsó el racionalismo en la forma de funcionalismo.



Marinetti, «Palabras en libertad futuristas», 1919.

Tipografía Activista

En los comienzos del siglo XX, las consecuencias de la Primera Guerra Mundial como fueron el materialismo burgués y el nacionalismo que surgió, fueron atacados por los dadaístas; atacaron el arte, la política, la religión y se manifestaron en contra de la falta de moral y la defensa hipócrita de los valores tradicionales.

Por su parte los futuristas buscaban acabar con el tradicionalismo y la corrupción de la sociedad de su tiempo, mediante una arrasadora destrucción del lenguaje con la tipografía y el fotomontaje como armas principales.

Los futuristas y dadaístas notaron que la tipografía sería útil como herramienta para transformar la sociedad. Como Gutenberg a quien se ha atribuido ésta frase “La imprenta es un ejército de 26 soldados de plomo con el que se puede conquistar el mundo”. Ellos respetaban la tipografía por su capacidad para diseminar ideas, movilizar a la población, despertar conciencias y en definitiva en su potencial para transformar el mundo.

Poco se ha tomado en cuenta la influencia e importancia de la tipografía dentro de las luchas sociales, pero estas corrientes no desestimaron su capacidad de impacto, agregando a esto lo que dijo Herbert Bayer:

“La revolución tipográfica no fue un acontecimiento aislado sino que fue de la mano de una nueva conciencia política y social y consecuentemente, de la construcción de nuevos fundamentos culturales” Bayer

Carteles de Guerra

A finales de los años 30's los conflictos bélicos que se produjeron, generaron movilizaciones entre los creadores; como los carteles creados por la Guerra Civil española, el niño, el obrero, el campesino o el soldado y las fuerzas de producción formaban parte del discurso republicano.

Los carteles del movimiento no solo llamaban a la resistencia de los pueblos sino que también solicitaban la solidaridad internacional.

A partir de este momento, los muros se convierten en una galería de arte antifascista. Como se publicó en el diario *Informaciones de Madrid*, durante la contienda:

“La ciudad admite ideas en color. Desde el muro, desde la columna, en el local social, en la sala de espectáculos o de descanso, dispara el ejército de carteles el acero de sus puntas y la metralla de sus obuses de grueso calibre” (*Diario Informaciones de Madrid*, 1930)

Podemos destacar a Josep Renau reconocido diseñador, quien escribió el libro *Función Social del Cartel*, dejó claro hasta qué punto se involucró en un diseño activista, un diseño que despertará las conciencias de la gente. Desarrolló carteles antifascistas hizo uso de fotomontajes, los cuales le ayudaron a potenciar sus posibilidades expresivas y plásticas de sus carteles.

En su exilio en México, Renau desarrolla su serie de fotomontajes más célebre, *The American Way of Life*. La idea de realizar este ciclo de fotomontajes surge por la difusión del modelo de vida norteamericano, quienes proyectaban una imagen idealizada, coloreada y brillante de la realidad. Siguiendo su espíritu crítico, emplea las mismas técnicas seductoras, coloristas y brillantes para reflejar con dureza una visión de los Estados Unidos donde el racismo, el sexismo, la brutalidad y la arrogancia sobre el Tercer Mundo son los temas principales de ésta serie.

Así como él, los intereses de los diseñadores y artistas comenzaron a tener otras inquietudes ante una sociedad de consumo, como consecuencia de la influencia del modelo de vida estadounidense, en países en reconstrucción devastados tras la Segunda Guerra Mundial.

Cartel, “Obreros, campesinos, soldados, intelectuales, reforzad las filas del partido comunista”, 1937 Renau.



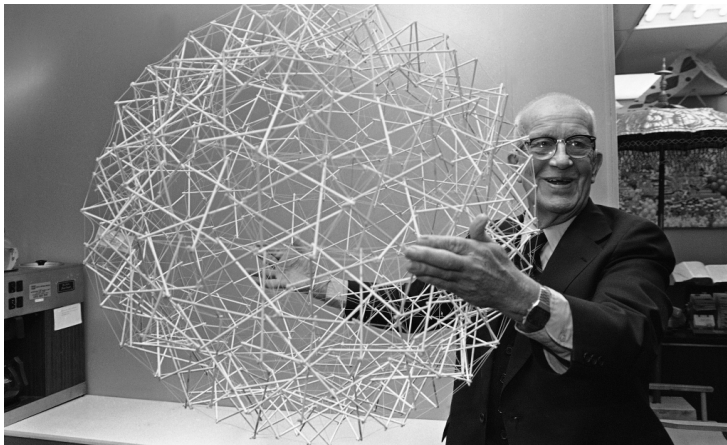
Diseño Ambientalista

En la década de los 30's Buckminster Fuller que no fue solo un diseñador sino también un ingeniero e inventor estadounidense. Dedicó su vida a buscar la respuesta de esta pregunta: "¿Tiene la humanidad una posibilidad de sobrevivir final y exitosamente en el planeta Tierra y, si es así, cómo?".

Él siempre se consideró un ser humano sin ningún tipo de recurso económico o título académico especial, sin embargo, decidió intentar descubrir si un individuo tenía la capacidad de mejorar la condición humana de forma en la que los gobiernos, las empresas privadas o las grandes organizaciones no podían.

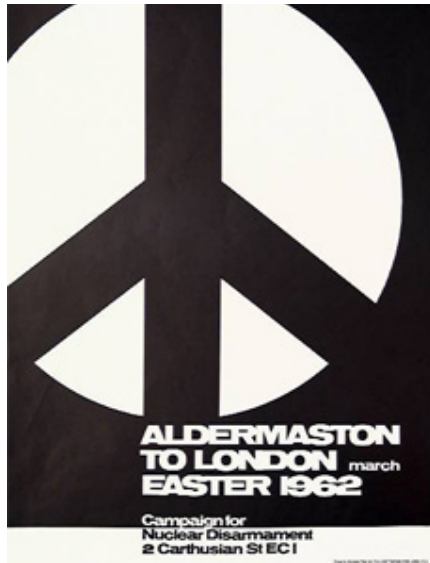
Uno de los primeros activistas medioambientales fue Buckminster. Le preocupaba la sostenibilidad del sistema socioeconómico actual, aunque siempre se mantuvo optimista sobre el futuro de la humanidad. Fuller también puso en cuestión el rumbo del diseño enfocado principalmente como negocio.

Buckminster Fuller



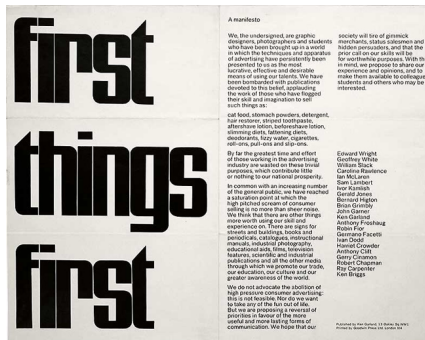
De acuerdo con Fuller el arquitecto Richard Neutra publica el libro "Survival through Design" (1954) en el cual exponía que el diseño debía dejar a un lado el ser un tema comercial para ser uno psicológico.

A partir de ahí surgió toda una bibliografía crítica con el progreso del capitalismo y el consumismo. En ese entorno, se difundieron los textos del periodista Vance Packard "The Hidden Persuaders" (1957), "The Status Seekers" (1959) y "The Waste-Makers" (1960), en los que se habla de la creación de necesidades artificiales por parte del diseño y la publicidad.



Ken Garland, cartel, 1962.

Manifiesto First Things First



Manifiesto

En los años 60's a raíz de las bombas nucleares también surgen diseñadores sociales. Quienes están favor del desarme nuclear como el diseñador británico Ken Garland quien fue ícono de la campaña CDN (Campaign for Nuclear Disarmament) fue él quien realizó el cartel tan polémico y de gran influencia en las décadas siguientes con el símbolo que se conoce comúnmente como: "Amor y paz" el cartel fue titulado como Aldermaston to London Easter.

Siguiendo en esta línea en 1964, publicó el manifiesto **First Things First** donde consiguió el apoyo de un aproximado de cuatrocientos diseñadores y artistas. Para ellos, en una sociedad de hiperconsumo y sobreabundancia, el diseño corría el peligro de olvidar su responsabilidad de luchar por un mundo mejor.

Pero las ideas de Garland no surgían de la nada. Buscaba radicalizar el diseño, que se había vuelto vago y acrítico. A partir de las ideas de la Teoría crítica y la Escuela de Fráncfort, así como las de la contracultura de la época, afirmaba que el diseño no es un proceso neutral, carente de valor. Reivindicaba la dimensión humanista del diseño gráfico, atacaba a la cultura consumista que sólo se interesaba por comprar y vender cosas.

GRAPUS

En esa misma década en Francia surge Grapus un colectivo de diseñadores surgido en Mayo del 68, quienes diseñaron carteles para causas muy diversas, desde la liberación de los pueblos hasta los derechos de los niños.

Cuando comenzaban a ver los carteles que Grapus realizaba para las reuniones del partido comunista, los diseñadores gráficos de otros países quedaban absolutamente sorprendidos por las características que



Cartel de «Mayo del 68»

tenía el mensaje. Una comunicación desinhibida, con un lenguaje franco y competente en términos de comunicación comercial.

No se puede pensar que las imágenes que diseñó Grapus para el partido comunista francés expresen la totalidad de las ideas del partido o de los sindicatos. Se trata de imágenes marginales dentro de la producción gráfica, exclusivas de Grapus. Era un material propio del grupo y no representaba completamente la filosofía del partido. Para el partido comunista la comunicación era demasiado subversiva, y ellos tenían miedo. Como Grapus era militante del partido, proponía sus propias ideas, hacía su producción, la imprimía y se la daba al partido, que no podía decir que no porque era parte de él y no estaba remunerado por ello.

Es aquí donde surge nuestro diseñador principal a investigar, **Gérard Paris-Clavel** fue uno de los fundadores del colectivo GRAPUS, junto con Pierre Bernard y François Miehe habiendo pasado por la enseñanza de Henrik Tomaszewski en Polonia, pusieron patas arriba toda la comunicación política y cultural.

Para el partido comunista tratan de imponer nuevas imágenes en ruptura con la banalidad del partido, sin éxito. Para la descentralización cultural, que representa los nuevos presupuestos para el grafismo independiente, crean líneas gráficas y carteles, de los cuales el del Teatro de la Salamandra es el modelo. Asociando imágenes dibujadas o fotos recuperadas con una letra, con frecuencia manuscrita, desarrollada con una total libertad. Privilegian el humor y la doble lectura y marcan profundamente a toda una generación.

Gérard Paris-Clavel, deja Grapus para fundar junto con Vincent Perrottet lo que se llamó Les Graphistes Associés. Donde participó poco tiempo y formó por su parte el grupo llamado "Ne pas Plier" que rompe con la concepción tradicional de un estudio gráfico al negarse a lo "corporativo" en el trabajo, y en su lugar se alió con sociólogos, trabajadores sociales, obreros y otros trabajadores de la educación pública.

Después de GRAPUS

Siguiendo con la historia del diseño activista, a inicios de la década de los 70's, Victor Papanek da una fuerte sacudida con su libro crítico "Design for the Real World" (1971), donde exponía el poder del diseño, para él, la herramienta más poderosa con la que el hombre daba forma a la sociedad misma.

A partir de esto, mientras se reivindicaba el diseño para orientarse hacia causas más humanitarias en lugar de fines puramente comerciales, cargaron la responsabilidad a hombros de los diseñadores.

Nigel Whiteley señala que en un entorno dominado por el consumo, los años 80's se les puede considerar la "década del diseñador" atendiendo a la popularidad que alcanzó el término diseño:

«El diseño como un nombre o un verbo se entonaba diariamente, por lo general con más esperanza que resolución, como una solución que iba a salvar a todo el mundo de los males de la economía...»

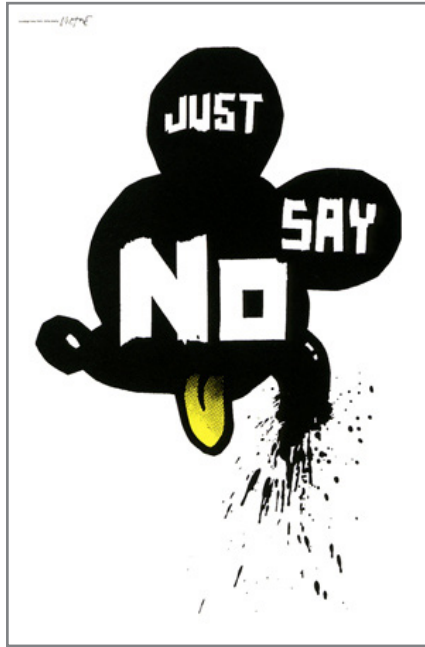
Grapus, cartel para la «Marcha contra el desarme», 1983.



Por lo que se refiere a los años 90's, dicho activismo se ha centrado en cuestiones muy diversas, relacionadas con el medio ambiente, la paz, la globalización, etc.

Como por ejemplo la crítica a las multinacionales a través de carteles como el de James Victore, titulado "Just Say No", realizado en 1998 para protestar contra el control de la cultura por parte de las grandes empresas. Temas como la política imperialista norteamericana y el racismo también fueron de su interés. Una buena parte de trabajo han sido donado por él a grupos de activistas.

Al final, el trabajo de estos diseñadores y otros muchos, no fue ningún producto de un encargo, es



James Victore, cartel, 1998.

el resultado de la responsabilidad social de un ciudadano cuya profesión tiene cierto impacto social.

En la actualidad los intereses de los diseñadores se han ampliado considerablemente, respondiendo, como es lógico, a las nuevas situaciones sociales, económicas, políticas y culturales. Temas como la hambruna, la lucha contra el SIDA, el activismo homosexual, las cuestiones medioambientales y de alimentación (con la aparición de los transgénicos), el ataque a las multinacionales (la marca), la explotación animal y en específico al tema que esta enfocada esta investigación circo que utilizan animales en sus actos.

De la armonía a la ironía

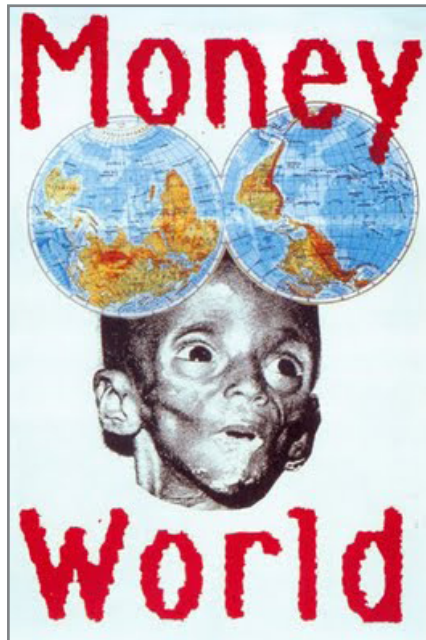
El activismo en diseño se ha convertido en los últimos años en un término para referirse a prácticas **creativas** que invocan la agencia social, política y medioambiental. Por lo general, se distancia de los enfoques comerciales o basados en las políticas públicas habituales. Por el contrario, abarca teorías, articulaciones y acciones de diseño marginales, sin fines de lucro o políticamente comprometidas.

Se puede argumentar que “el activismo en diseño” es una respuesta a ciertas condiciones contemporáneas de cambio geopolítico, a condiciones sociales, prácticas económicas y desafíos medioambientales.

Gérard Paris-Clavel menciona que “El diseño cobra sentido realmente si persigue un objetivo social”. De esta declaración se desprende que resulta prioritario trabajar en favor de las causas humanas y que “el diseñador, por su capacidad de expresar en el plano simbólico las violencias de nuestras sociedades, contribuye a cuestionar esos problemas y fomenta del deseo de aprender de su complejidad”.

El enfoque que posee Paris-Clavel acerca del diseño trae consigo algunos puntos que son atractivos como: se debe trabajar **conjuntamente** por las

*“Money World” 1989 Paris Clavel,
Asociación Ne pas plier*



causas humanas; el diseñador debe inscribirse en la sociedad en **armonía** consigo mismo aunque corra el riesgo de entrar en combate con los otros; trabajar no sólo las formas sino su utilización. Se crea además un **vínculo** con la sociedad al tratar temáticas no sólo de interés capital o comercial, sino de interés humano. Esto se ve reflejado en su trabajo.

En sus carteles vemos a seres humanos, personas con emociones que viven y sienten. Refleja también problemáticas como la desnutrición y la guerra, además hace su parte en cuanto a llevar la educación y la cultura a todas las personas.

Existen múltiples formas de protesta y activismo a través de la gráfica, el uso de la **ironía** es frecuente para reflejar una situación incongruente, una intención que va más allá del significado más simple o evidente de una acción.

Se presenta un cartel realizado por Gérard Paris-Clavel donde presenta un niño desnutrido y se hace por medio de la ironía:

“Esta imagen es menos insoportable que la realidad. Este niño muere víctima de la elección mercantil de otros seres humanos. Imagen símbolo del mundo trastocado, del mundo publicitario, productor de indiferencia y donde el espectáculo de la vida reemplaza la vida real. Ése es el Money-World... este mundo es indigno, ¡Resistámoslo y cambiémoslo!”

Cualificación Teórica

A lo largo del primer capítulo hemos introducido el tema sobre como el diseño gráfico se unió a las luchas sociales, desde las denuncias de trabajadores, pasando por Gerard Paris-Clavel en una lucha justa de estudiantes, hasta nuestros días donde el diseño gráfico toma los problemas actuales y lucha por una causa justa, informa y concientiza en temas como el medio ambiente, política, derechos de los animales.

Dentro de la investigación se ha hablado de algunos aspectos que han caracterizado los carteles por las luchas sociales, como los carteles de Gerard París-Clavel o en general del diseño activista, a continuación se hará un análisis detallado de cada aspecto con el fin de enmarcar estas características, para encontrar el punto de partida para realizar el proyecto de diseño.

Aspecto Creativo

Dentro del aspecto creativo se hablo de un nivel de originalidad, que se ve evidenciado por una separación consiente con la recurrencia. Se habla de un nuevo objetivo, desde el momento en que se deja atrás la promoción del consumismo y la industrialización, ya se está hablando de algo nuevo; se está innovando. La búsqueda de un lenguaje sea genial y expresivo, que genere un impacto a la sociedad. Se usa la ironía como medio para evidenciar una realidad alterna, que al parecer no podría ser cierto.

Aspecto Comunicativo

Para lograr una buena comunicación se necesita, desde un punto de vista racional; la semiótica nos habla de la necesidad de un significado y un significante. Para que un cartel sea funcional necesitamos de éstos, se debe buscar la esencia de las formas a significar, los datos esenciales y el cerebro le dará un significado. Cuando se logra integrar en perfecta armonía se logra una comunicación exitosa.

Aspecto Perceptivo

Se habla de la capacidad del ser humano para significar, ésta agrupará y organizará cualquier señal recibida para que se parezca a algo conocido, basando en conocimientos o experiencias previas registradas en la memoria. Dentro del cartel estudiado se busca un nivel de expresividad, para brindarle un mayor impacto, además de una simplicidad para que la comunicación sea instantánea, el cerebro prefiere las formas integradas, completas y estables.

CAPÍTULO DOS



DISEÑADORES, ARTISTAS GRÁFICOS Y ACTIVISMO

Explorando en la gráfica por causas sociales

Es indispensable un análisis crítico de la gráfica creada a lo largo del desarrollo tanto del sujeto Gérard Paris-Clavel como de la investigación sobre los circos con animales. Esto tiene como finalidad establecer los parámetros que se han tomado en cuenta a lo largo de los años, para desarrollar un mayor impacto visual en los receptores del mensaje. Así mismo, se realizará una discriminación de imágenes con la finalidad de encontrar y asimilar las nociones elementales que nos permitan tener un concepto más real de los niveles requeridos para lograr una exitosa comunicación y comprensión.

Recopilación de Imágenes

Se recopiló un total de 166 imágenes de diferentes autores, referentes a causas humanas, problemática social, política, económica y medio ambiente.

Movimientos artísticos en diferentes momentos de la historia han estado implicados en temas de protesta. Muchos autores han reflejado en su trabajo su descontento por el ambiente sociopolítico de sus países o las diversas disputas internacionales.

Dentro de la colección se encontraron, específicamente, imágenes referentes a la defensa de los derechos de los niños, de las mujeres y de los animales. En este último apartado, se hallaron imágenes acerca de campañas en contra del empleo de animales para el entretenimiento de las personas.

Las imágenes que tratan la temática de los circos con animales, se hicieron presentes, habiendo una variedad en la manera de representación y la forma en que se presentan los mensajes, directa o de forma retórica.

Portada del dadaísta John Heartfield para la revista AIZ, 1932.



Clasificación de las Imágenes recopiladas

El análisis iconográfico fue el medio principal para conocer la gráfica de Paris-Clavel; para indagar, distinguir, criticar y emplear así los parámetros, cualidades y atributos que le dieron coherencia y fuerza a los carteles que lo hicieron famoso.

Se analizó parte de la gráfica empleada en movimientos activistas en favor de causas de igualdad humana, problemática económica, política, social y de medio ambiente. Dentro de esto último, se analizaron carteles empleados en campañas de circos, por asociaciones y grupos interesados en el tema de la defensa de los derechos de los animales y, en especial, de los animales de circo. También se analizaron los aspectos creativos, comunicativos y perceptivos de éstos, lo que condujo a la asimilación de formas diferentes de representación para la creación de mensajes visuales y para la trascendencia dentro de esta lucha social.

Caracterización de la Colección

Con base al tipo de composición visual, a la repetición de elementos, modos de representación, símbolos visuales convencionales o arbitrarios; se realizó la clasificación de la colección iconográfica en diferentes grupos, obedeciendo estos al nivel creativo, comunicativo y perceptivo de cada una de las imágenes.

Las subcategorías pueden relacionarse entre sí, compartiendo características contenidas en cada nivel.

ASPECTO CREATIVO

Características de innovación, originalidad, singularidad, etcétera, que generan el vínculo entre la carga sintáctica y conceptual de diseño.

Por su nivel de expresividad

Aquí se conjuntaron las imágenes que con viveza, manifiestan algún tipo de ideología; que debido a su carga emocional, transmiten con energía alguna clase de sentimiento.

Se encontraron diversas imágenes que transmiten, en mayor o menor grado, emociones perceptibles por las personas. Se muestra a los animales en situaciones que conllevan a la reflexión, sin importar cualquiera que sea la postura del observador en relación a la temática planteada en las imágenes.



Cartel en contra de los circos con animales, a favor de sus derechos.



PETA - Campaña Publicitaria

Animal caracterizado como persona

Tanto en la gráfica publicitaria empleada por los circos, como en las fotografías y campañas que se manifiestan en contra de los circos con animales, se pueden encontrar animales que toman el rol de un humano para realizar cierta actividad. En ocasiones satírica, esta caracterización resulta atractiva y dependiendo del mensaje, impactante o triste.



Cartel Publicitario del Circo *Ringling Bros.*



Cartel Flying Pig.

Persona en el papel del animal

Este tipo de representación pone al hombre en el papel del animal. Usada generalmente para empatizar a las personas con los sentimientos que pudiese estar experimentando la víctima de la actividad humana.

Tiene una carga emocional muy alta. A menudo muestra violencia y los aspectos negativos de los que son víctimas los animales; conlleva a la reflexión y frecuentemente se usa para denunciar el abuso.



Contra el maltrato a los toros. - Fotografías por Alvaro Sotomayor

ASPECTO COMUNICATIVO

Definido por las características de la funcionalidad comunicativa de la gráfica. Interpretación semiótica de la imagen a nivel connotativo y denotativo.

Nivel de abstracción/figuración

En esta categoría, se separan las imágenes figurativas de las abstractas. Se destaca la creación de signos con una carga semiótica intensa, gracias a la síntesis y la economía de elementos.

Los signos abstractos a menudo se combinan con otros y son contextualizados dentro de la temática planteada por el autor. Usualmente estas imágenes son de alta pregnancia y de pronta asimilación.



Social Security
Social Justice - Luba Lukova



Cartel *Water is Life*

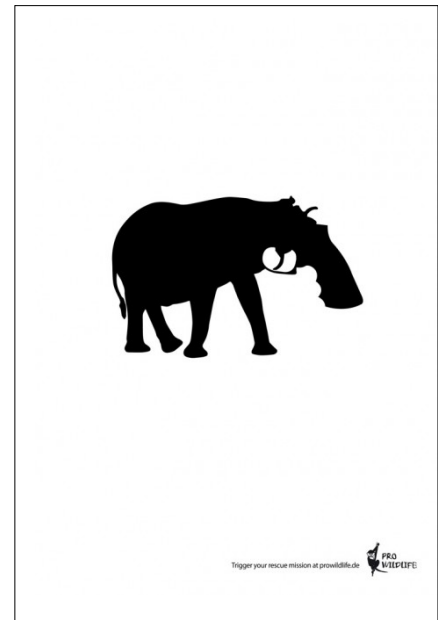
Dependencia tipográfica

Por lo regular, la tipografía es empleada para anclar el concepto o idea que trata de manifestar o transmitir la imagen. En ocasiones es indispensable aunque hay situaciones en las que se puede prescindir de ella, debido a la claridad del signo empleado o a la intención del autor para la interpretación de la imagen.

También se hallaron imágenes en las que la tipografía se presenta como elemento compositivo predominante y con el juego de palabras, se logra la intención comunicativa del autor.



Maltrato animal - para *Anima Naturalis*
El estudio Alejandro Gallego



Cartel de la serie *Animal Minimal*
Organización *Pro Wild Life*

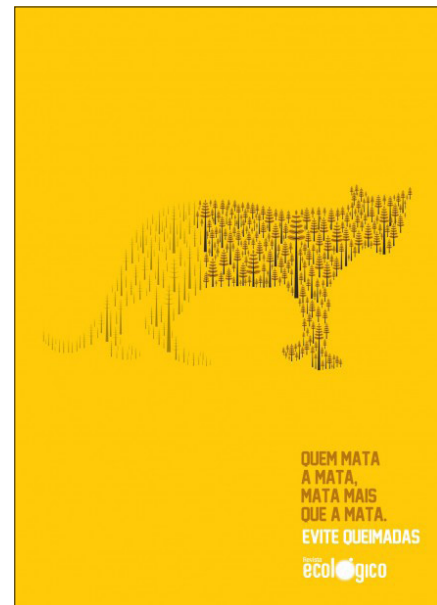
Síntesis de la imagen

Dentro de la colección existen imágenes que son muy obvias o que su tratamiento sintético no es muy alto; basta una mirada para asimilar el mensaje del cual son intensión.

En cambio, se hallaron imágenes con un tratamiento retórico especial que las hace más atractivas y en ocasiones más sencillas de comprender. Esto ayuda a la pregnancia en la mente del receptor.



Enjaulado toda su vida.
Organización *Anima Naturalis*



Cartel sobre incendios forestales.
Revista 'Ecológico'

ASPECTO PERCEPTIVO

Constituído por los elementos que conforman a la imagen. Forma, tamaño, color, textura. - plano medio o primer plano

Forma

Dentro de la colección, se hicieron presentes en las imágenes las formas orgánicas naturales. Muchas de las imágenes presentan fotografías de animales, personas y objetos propios de la actividad humana.

Se encontraron formas metálicas, madera, rocas, también formas sintéticas. Dentro de las imágenes que no incluyen fotografía, se aprecian formas orgánicas que en algunos casos se mezclan o fusionan con otras que no necesariamente son orgánicas o naturales.



Circos cárcel



Foto. Elefante

Tamaño

Resultó muy común encontrar imágenes en plano medio o primer plano, destacando con ello al elemento principal de su entorno.

En los planos a detalle, se enfatiza una situación particular o que requiere especial atención por parte del observador.



Would you care more if i was a Rhino?
Organización WWF

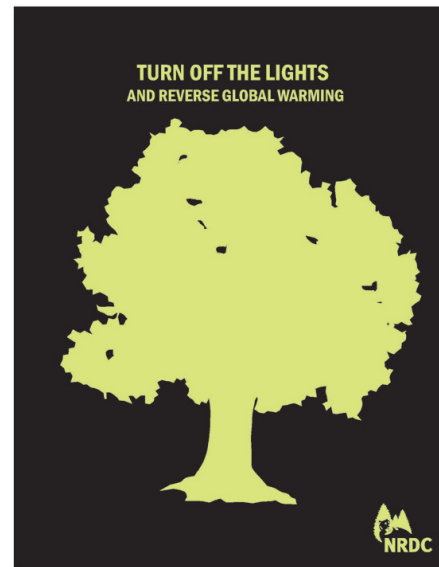
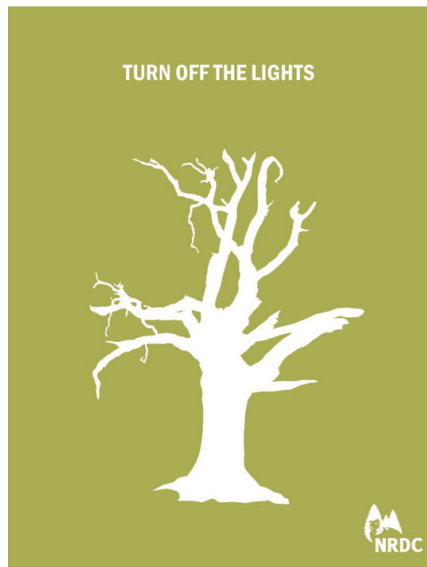


Los circos son esclavitud
Organización Anima Naturalis

Manejo de color

El uso cromático es variado, desde la escala de grises hasta imágenes a todo color. La variedad es muy amplia, no se limita al uso de pocos tonos o colores particulares, aunque sí se destaca el empleo de tonalidades opacas en grises, sepías o imágenes con bajo brillo.

Se halló un pequeño grupo de imágenes en las que la idea se transmite a través del manejo de la luz ambiental. La percepción cambia ya que por las características de las tintas empleadas, varía el contenido en diferentes condiciones luminosas.

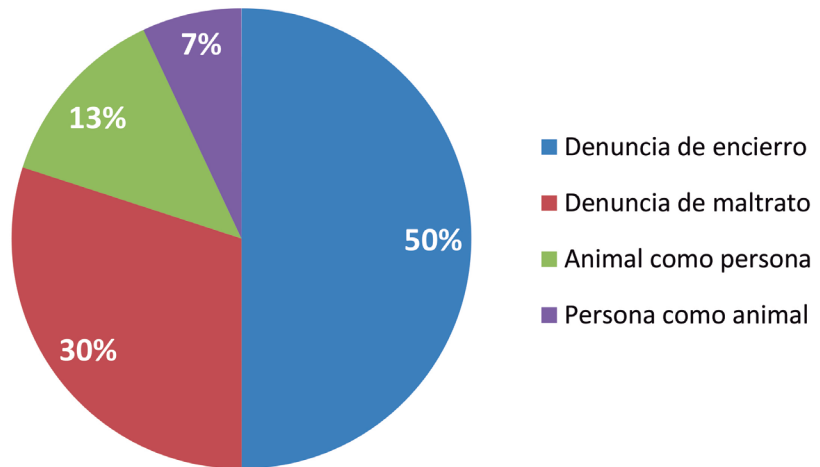


Campaña: Apaga la luz y revierte el calentamiento global
Natural Resources Defense Council

Con los datos obtenidos de la organización de imágenes, se obtuvo que la mayoría corresponden a la denuncia del encierro, es decir, la privación de la libertad del animal, seguidas por las que denuncian el maltrato.

Se evidenció la violencia de la que son víctimas los animales y se muestran tal y como son. Esto causa que las imágenes se vuelvan monótonas y con el paso del tiempo se resulten menos impactantes, por tanto, menos atractivas.

Carteles sobre Derechos Animales



Descripción de detalles específicos de 5 obras seleccionadas, pertenecientes a la colección

Análisis creativo

Es una idea original ya que montarle dientes y lengua al planeta, las cuales son características del ser humano nos refiere a nosotros y a nuestro planeta donde si el planeta lo repulsa, nosotros también.

Análisis comunicativo

El cartel refiere al momento justo de la expulsión de lo que se interpreta como guerra, nos refiere a la paz mundial con la aparición de la palabra “paz” en varios idiomas.

Análisis perceptivo

Lo que percibimos en el cartel es un globo terráqueo que escupe o está expulsando lo que se podrían considerar instrumentos de guerra, como aviones, cohetes, bombas, pistolas hasta un tanque de guerra. Se evidencia el sentido de los objetos por el avión que va en sentido contrario al planeta. El hecho de la repulsión del planeta por la guerra, ha sido reforzado por la palabra “Paz” en cuatro idiomas diferentes.



Análisis creativo

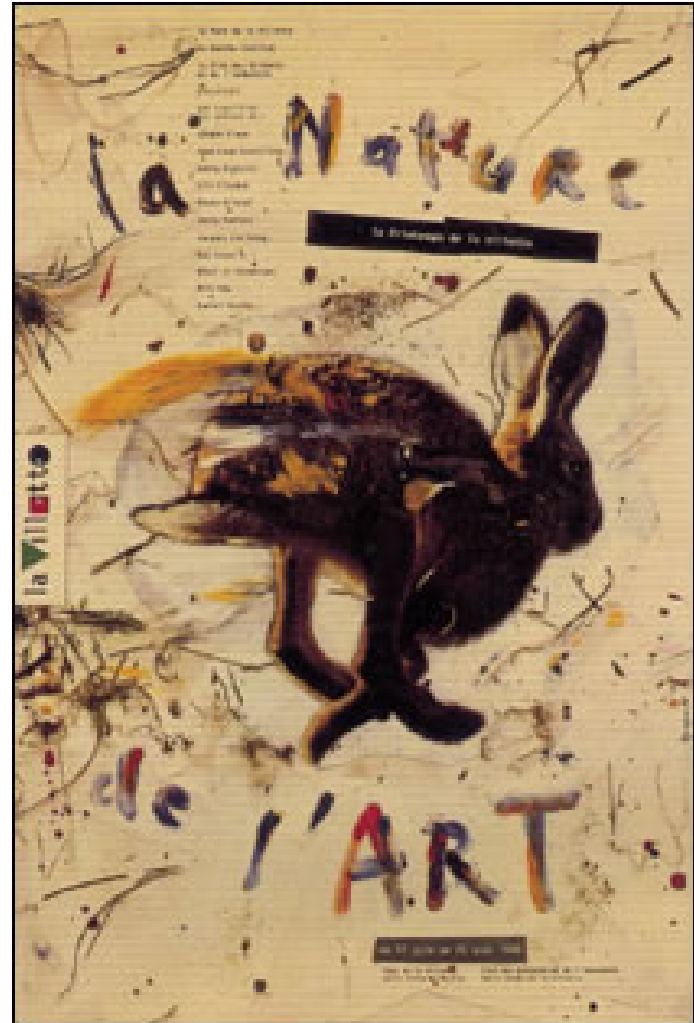
La originalidad del cartel radica en su relación de lo salvaje, la naturaleza del arte. Donde refleja la libertad del arte, la inspiración en lo innato, la búsqueda de regresar a lo natural.

Análisis comunicativo

El movimiento nos refleja un animal libre, internándose en la maleza. También el hecho de que la parte trasera del conejo se vaya difuminando en pinceladas nos refleja que el arte se mezcla con la naturaleza, de donde siempre vino toda la inspiración.

Análisis perceptivo

Lo que se puede ver en el cartel es un conejo corriendo entre maleza, de color café y su cola no se ve clara, esta compuesta por pinceladas. Las palabras “La nature de l’art” en español, “La naturaleza del arte” escrito con caligrafía a mano, escritas con colores rojos, cafés y amarillos. Se aprecia una jerarquía en la palabra “Arte” ya que está en caja alta. El fondo es beige con textura de pequeñas ramas y maleza.



Análisis creativo

En cuanto a la creatividad se enfoca a la comparación de un animal con un payaso, donde observamos que él no tiene una sonrisa como lo hacen los payasos.

Análisis comunicativo

Habla sobre los animales dentro de los circos, donde llevan una vida dentro de jaulas y donde sólo salen para el show pintados de payasos con colores llamativos, que simulan una felicidad falsa, la expresión de éste animal, no es más que la de sufrimiento, resignación y no entiende lo que pasa.

Análisis perceptivo

El cartel consta de una foto de un chimpancé detrás de una reja de barrotes, el cartel se caracteriza por ser obscuro al fondo y el chimpancé con iluminación donde destaca que tiene pintura en la cara, la cual es un maquillaje característico de los payasos, el semblante del chimpancé es de seriedad sin expresión.

A chimpanzee is shown from the chest up, looking directly at the camera through vertical metal bars. The chimpanzee's face is painted with clown makeup: white base makeup, yellow around the eyes, a large red nose, and bright red lips. The chimpanzee's expression is neutral and somewhat somber. The background is dark and indistinct.

ANIMALS ARE NOT CLOWNS

Roll up, roll up, ladies and gentlemen, boys and girls for the shock of the week, against the animal's stinging retorts. A big round of applause for the flaming hoops, the lightning and the electric shocks. Come and see the fabled number of cages and shiny binding chains allowing no escape from endless training sessions. Laugh, applaud and join in with the repetitive choreographed routines typical of degraded animals under great duress. It's the fun of the circus travelling from city to city exhibiting animals as human caricatures. Clowning around that's no fun at all.

ANIMALS DON'T BELONG IN CIRCUSES

DON'T BE PART OF THE SHOW

www.accaoanimal.com
www.lpda.pt

acção animal
IN DEFENCE OF ANIMAL RIGHTS

lpda
LIGAÇÃO PORTUGUESA DOS ANIMAIS

Aspecto Creativo

En la imagen se muestra a una foca, en la penumbra tras una malla ciclónica, maquillada, con un sombrero pequeño y nariz roja, como si fuese un payaso.

Aspecto Comunicativo

Se contextualiza a la foca; se sitúa dentro de un circo por estar caracterizada como un payaso. La imagen denota cautiverio, soledad, tristeza y con ello invita a la reflexión.

Aspecto Perceptivo

Fotomontaje que aparece en positivo, en policromía; se muestra un balance simétrico en la composición. El uso de luz y sombras crea una perspectiva luminosa; existe cierta tensión que se concentra en el corazón de la imagen. El peso visual se sitúa en la parte central. Al tener un fondo oscuro, el elemento principal de la imagen es resaltado por sus tonos claros.



Aspecto Creativo

Un león enjaulado, maquillado como si fuese un payaso. Aparece en la oscuridad; una luz tenue le ilumina un poco el área del rostro dejando ver una triste expresión.

Aspecto Comunicativo

Un animal salvaje, poderoso; cualidades que se ven disminuidas por tener, al llamado rey de la selva, tras una reja de acero que lo mantiene preso. Se le ridiculiza al mostrarlo pintado como si fuera un payaso y se resaltan condiciones de impotencia, las cuales están connotadas por la inmovilidad y la expresión en el rostro del animal.

Aspecto Perceptivo

Fotomontaje en positivo, en policromía; se aprecia equilibrio y balance. El peso visual se mantiene al centro de la imagen, gracias al fondo oscuro y a las luces que se manejan.

A close-up photograph of a lion's face behind metal cage bars. The lion has been painted with clown makeup, including white face paint, green and blue eye makeup, and a red and white striped mustache. The lion's expression is somber and sad.

ANIMALS ARE NOT CLOWNS

Roll up, roll up, ladies and gentlemen, boys and girls for the crack of the whip against the animal's stinging wounds. A big round of applause for the flaming hoops, the injuries and the electric shocks. Come and see the famed number of cages and tightly binding chains allowing no escape from endless training sessions. Laugh, applaud and join in with the repetitive choreographed routines typical of depressed animals under great stress. All the fun of the circus travelling from city to city exhibiting animals as human caricatures. Clowning around that's no fun at all.

ANIMALS DON'T BE PART OF CIRCUSES OF THE SHOW

www.accaoanimal.com
www.lpda.pt

acção animal
IN DEFENCE OF ANIMAL RIGHTS

Lpda
PORTUGUESE ANIMAL RIGHTS LEADER

Cualificación de la colección

Al hacer el análisis de la colección iconográfica -obras hechas no sólo por diseñadores, sino también por artistas gráficos interesados en las causas sociales- se hallaron atributos importantes dentro de los aspectos creativo, comunicativo y perceptivo que es necesario mencionar.

Aspecto creativo

En general, se suele captar la atención del espectador mediante elementos que le son dados de una manera singular, una realidad deformada o imágenes que no ha visto antes. En la representación se hallan elementos que determinan el carácter creativo, dado en niveles, como es la originalidad ya que aunque se muestran componentes formales comunes, se muestran combinados con otros para crear nuevos que, a su vez, reflejan la personalidad del autor.

En diversos carteles se encontró la conceptualización de emociones y características de alguna condición social como lo son el dolor, sufrimiento, escasez, pobreza, indiferencia, contaminación, deterioro ambiental; representados con elementos formales que se salen de la manera común en que generalmente aparecen.

Aspecto Comunicativo

Se logra un alto impacto en el público receptor cuando las imágenes son, no sólo claras, sino también expresivas. Tal es el caso de diversos carteles que se hallaron e incluyeron en la colección. Se encontró que gracias a la sencillez, simplicidad y economía de elementos en los mensajes gráficos, se logra una comunicación impactante y sobretodo, eficiente.

Aspecto Perceptivo

Regularmente se halla a la tipografía como complemento para anclar la idea de lo que se quiere comunicar. Dentro de la colección se hallaron carteles en los cuales la tipografía cumple no sólo dicha función de

apoyo, también se emplea como forma, tomando el valor de imagen. Se presentan algunas figuras retóricas como la metáfora y la ironía, la alegoría y la prosopopeya; éste lenguaje ha servido para presentar la apreciación de cada autor con respecto al mensaje que trata de comunicar. Se desprende también del análisis, la presencia de la llamada “Ley de la experiencia” la cual declara que las propias experiencias del ser humano condicionan su percepción.

CAPÍTULO TRES



ARMONÍA CON LOS ANIMALES

Descripción del proyecto de diseño

El proyecto de diseño está encaminado a enaltecer el valor de los animales como seres vivos. Se opta por el uso del fotomontaje para conservar, en la representación, las formas lo más cercanas a la realidad posible; el valor cromático de la escala de grises para formar una tensión visual y concentrar la atención en la situación que se presenta; y el texturizado de las formas para mantener un estado orgánico y unificar las formas humana y animal. Esto último para complementar el concepto de igualdad; para evitar una diferenciación de valor entre ambas figuras, es decir, para que no se tome a una especie como superior a otra.

Se hace de lado la violencia y el maltrato del que son objeto los animales para proponer una situación hipotética en la que hombre y animal coexisten en sana convivencia, sin menospreciar a uno u otro.

Se trabaja con la ironía, manejando la idea de “inversión de papeles”; esto es con la finalidad de que la imagen resultante fuese expresiva y original, ya que al no ser un tipo de imagen usada regularmente, el observador hallaría en ella algo más interesante y propositivo que las imágenes creadas en muchas de las campañas anteriormente vistas (cap. 2), en las cuales se destaca el acto destructivo del hombre.

Marco contextual y conceptual sobre el proyecto de diseño

Marco Contextual

Alrededor del mundo, existen organismos y organizaciones civiles quienes constantemente realizan diversas campañas en favor de la naturaleza y los

Campana "Sin Piel"
Anima Naturalis



derechos animales. Estas organizaciones surgen con el interés de velar por el bien de los seres vivos que son atacados por la actividad humana como la caza y pesca desmedidas, contaminación ambiental, tala de árboles, etc. Muchas de estas campañas han conseguido trabajos muy buenos en el ámbito creativo. Organismos de acción global como Greenpeace, PETA, WWF y Anima Naturalis, suelen presentar campañas visuales muy audaces y con imágenes metafóricas e irónicas en algunos casos; de un nivel comunicativo y creativo alto.

Estas instituciones están a favor del rescate del medio ambiente y luchan en favor de los derechos animales. Es preciso destacar que existe una "Declaración Universal de los Derechos de los Animales" que ha sido aprobada por la UNESCO y por la ONU. En el artículo 3º de ésta declaración se enuncia que: "Ningún animal será sometido a malos tratos ni actos crueles." Y el artículo 4º hace referencia a la libertad y menciona que: "Toda privación de libertad, incluso aquella que tenga fines educativos, es contraria a éste derecho". Bajo los artículos de esta declaración se puede respaldar el trabajo que llevan a cabo las instituciones y organizaciones antes mencionadas; por ejemplo, Anima Naturalis organizó una campaña en favor de los animales de circo, cuyos carteles son muy expresivos y llevan a la reflexión.

Los circos con animales presentan espectáculos atractivos para personas de todas las edades; en ellos se desarrollan actos de diferentes tipos que son clásicos en el medio circense como son: trapecistas, payasos, magos, malabaristas, contorsionistas y amaestradores de animales, entre otros. En general, los actos con animales se presentan ante el público llenos de gracia y colorido; para llevarlos a cabo es necesario el adiestramiento del animal en cuestión.

A lo largo de la historia, los circos han sido tomados como inspiración para las artes; es posible apreciar la disposición natural, aptitud y gusto

que el hombre ha tenido por el circo. Esta historia ha tenido diferentes escenarios en el mundo: los griegos fueron los primeros en hacer planes para construir un sitio especial para combates, carreras y actividades similares, pero fueron los romanos quienes mejor adaptaron todos estos elementos y le dieron el nombre de Arena. Hoy en día pueden observarse carpas de circo en todo el mundo.

Circos famosos

Diversas agrupaciones circenses han existido y se han hecho muy populares gracias a los actos que presentaron, la audacia de sus acróbatas y a la novedad que muchos de ellos presentaron en su tiempo. Dentro de los que destacan se encuentran: Circo Price, Circo Ruso, Circo Sarrasani (alemania), Los Ringling Brothers (EE.UU), Circ du SOLEIL. Este último surge a principios de la década de los ochenta, al este de la ciudad de Quebec. Allí caminaban sobre zancos, hacían malabarismos, bailaban. Este grupo de jóvenes artistas callejeros, entre los que se encontraba el fundador, Guy Laliberté, no dejaba de impresionar y suscitar el interés de los residentes de esa localidad. Presenta un espectáculo de calidad mundial y se destaca de los demás por no emplear animales en sus actos.

Algunos de los circos aquí mencionados aún continúan con vida hasta nuestros días.

El circo como beneficio humano y social

Numerosos autores han plasmado sus impresiones dentro de su obra literaria, pictórica y escultórica. El cine y el teatro también han reflejado dentro de sí, varias obras relativas al circo. Diversas exposiciones se han montado en varios países referentes al circo en el arte; por ejemplo, la exposición “100 años de representación visual del Circo en México” inaugurada el 16 de diciembre de 2010 en El Salón de la Plástica

Cirque Du Soleil





Cirque Du Soleil

Mexicana, del INBA, (Instituto Nacional de Bellas Artes). La muestra estuvo conformada por 38 piezas entre dibujo, pintura, estampa, fotografía, arte objeto e instalaciones, de más de 35 artistas que trabajan sobre el tema del circo.

Por otra parte, del circo también han surgido actividades con beneficio social, una de ellas es la llamada “Circo Terapia”.

El circo y la terapia ocupacional

La terapia ocupacional es una profesión que se encarga de la promoción de la salud y el bienestar a través de la ocupación.

Es por eso, que el rol de los terapeutas ocupacionales, se enfoca en habilitar a los individuos para realizar aquellas tareas que mejoran su capacidad de participación, o también mediante la modificación de su entorno para que así se refuerce su participación.

Estando ya claro qué es la terapia ocupacional como profesión y cuál es el rol que cumplen los terapeutas ocupacionales, se liga totalmente a la rehabilitación de uno o más sujetos como seres completos y no enfocados específicamente en un punto fijo. Es por esto que se han impartido variadas formas de rehabilitación e integración de personas que han sufrido algún daño, ya sea físico, psicológico o social.

Una de las más novedosas formas que se presentan actualmente es la llamada “**Circo Terapia**”, en la cual se integra todo el color y alegría característica del circo, junto al compartir y trabajar en equipo para poder llegar a formar una presentación ante un público.

Existen variados talleres de integración que están enfocados a poder integrar a personas que han sufrido de algún daño como se mencionó anteriormente, ya sea alguna discapacidad física, patologías de alta complejidad, personas en situación de riesgo, entre otras. Las cuales están totalmente agradecidas de la labor que cumple el equipo

multidisciplinario en alguno de estos talleres. “Los chicos podemos salir de la calle y dejar de meternos en problemas, siempre que no den otros lugares por donde andar, un sitio para llegar y sobre todo alguien que nos acompañe a caminar.” (Testimonio de un chico de la calle, citado en varios trabajos sobre resiliencia.)

En este tipo de talleres, se imparten distintas disciplinas, por lo general se repiten algunas como: lanzamiento de clavos, argollas, pelotas, tela, trapecio y mano a mano, en los cuales se pretende mejorar o potenciar distintas habilidades de los sujetos relacionándolos con el circo, pero que indirectamente son de clara ayuda para su vida diaria con el contacto con el medio externo.

Se ha mostrado un poco del beneficio social que proveen las artes circenses, pero ¿Qué pasa con los circos que emplean animales como principal o como acto secundario para el entretenimiento?.



ANIMALES EN LOS CIRCOS

Uno de los principales atractivos de los circos, son los actos en que criaturas salvajes son presentadas realizando trucos que jamás se les vería hacer en la vida silvestre, para ello, es necesario el adiestramiento de animales. Por desgracia en aquellos circos que utilizan animales existe otra realidad detrás de la alegría y el colorido de las carpas, los payasos y los malabaristas animales, una realidad llena de sufrimiento, privación y muerte. Entre los animales que se emplean en actos circenses pueden hallarse canes, caballos, llamas, camellos, dromedarios, cebras, elefantes, osos, tigres, leones, leopardos, chimpancés, mandriles, focas; lamentablemente, cuando termina la función, ellos deberán volver tras las rejas.

Privación de libertad

Todos los animales obligados a vivir en los circos, los tigres, leones, oso, elefantes, etc. viven privados de libertad durante toda su vida y la mayoría de las veces solo salen de sus jaulas, cajas o son liberados de sus cadenas para ser obligados a realizar ridículos trucos. Estos animales son individuos que recorrerían cientos de kilómetros si pudiesen para buscar cobijo o comida, y para los cuales no poder disfrutar de grandes espacios abiertos donde correr, caminar, explorar o jugar les ocasiona un sufrimiento inimaginable. Los animales encerrados en los circos se encuentran en lugares o espacios cerrados donde, alejados de las familias de las cuales fueron separados y de todo que les haría felices comen, beben y hacen sus necesidades.



Adiestramiento

En muchas ocasiones, se hace uso de violencia y fuerza excesiva. El castigo físico ha sido por mucho tiempo el método clásico de entrenamiento de los animales en los circos que a su vez trae consecuencias psicológicas de estrés y sufrimiento. Los actos que los animales son obligados a realizar -osos que se balancean sobre pelotas, monos que manejan motocicletas, elefantes que se paran sobre dos piernas- son físicamente incómodos y representan conductas antinaturales. Los látigos, collares ajustados, bozales, picanas eléctricas, ganchos de metal puntiagudos y otras herramientas utilizadas durante los actos en los circos son el recordatorio de que los animales son forzados a actuar. Además de esto, el transporte y el confinamiento dan como resultado un modo de vida muy difícil y un futuro poco prometedor.

Las enfermedades y la muerte

Debido a la falta de ejercicio, socialización, actividad o entretenimiento los animales utilizados por los circos son víctimas a menudo de graves enfermedades mentales. Comportamiento estereotipado, es decir moverse de lado a lado de manera repetitiva, golpes en la cabeza, morder los barrotes y automutilizarse son solo algunos de los síntomas más comunes de desordenes psicológicos que manifiestan debido al encierro y el trato que reciben en los circos. Pero también son víctimas de terribles enfermedades físicas que convierten sus vidas en angustia y dolor, la falta de higiene y ejercicio, los golpes de los “adiestradores” con barras y látigos, las cadenas etc. hacen que muchas veces los animales sufran la rotura de algunos de sus miembros. Las patas de los elefantes por ejemplo, se resienten terriblemente debido a las cadenas y a que son obligados a sostenerse sobre dos patas para algunos números.

Los animales que viven en los circos tienen los días contados, ya que muchos de ellos son matados o abandonados cuando se hacen mayores o se ponen enfermos, dejando así de desempeñar la función que hace que otras/os valoren sus vidas: la de servir a un espectáculo. Otras veces, los circos los venden a otros circos, zoológicos, colecciones privadas de animales exóticos, e incluso a laboratorios de investigación. Generalmente terminan sus vidas de una forma tan triste como las vivieron: en reclusión, bajo coacción y miseria.

Acciones a favor de la vida de los animales

Gracias a la acciones de campañas y movimientos de grupos activistas, países como Austria, Holanda, Suecia, India, Finlandia, Suiza, Dinamarca, Argentina, Chile y muchos estados y ciudades de Europa y Estados Unidos, ya han prohibido los espectáculos de entretenimiento con animales. Incluso en México, hay ciudades y estados en los que se ha prohibido la participación de animales en los actos.

Actualmente, existen circos como el Cirque du Soleil, El Circo de Oz, El Circo New Pickle Family, Cirque D’Hiver, el Circo Ekún y el Circo Imperial Chino que no utilizan animales como parte de su espectáculo. En Chile, el proyecto “El Circo del Mundo” no utiliza animales en sus actos, y al mismo tiempo, ayuda a niños y jóvenes en riesgo social, utilizando el arte circense como herramienta educativa y de intervención social.

Marco Conceptual

El fotomontaje

El fotomontaje es el proceso y el resultado de componer una ilustración fotográfica a partir de otras. Esta composición es generalmente realizada con los recortes de fotografías.

President, Josep Renau



Muchos de los ejemplos contemporáneos de arte en el área del fotomontaje consiste en elementos fotografiados superpuestos en acuarelas, como combinación elaborada como por ejemplo Josep Renau. Las fotos se combinaban para crear un nuevo sujeto con más fortaleza visual, esta herramienta proporcionó a los artistas una forma de protesta contra la primera guerra mundial y contra los intereses burgueses.

Los fotomontajes son útiles para construir imágenes que no se podrían capturar de una manera natural o para presentar o representar situaciones extraordinarias, ajenas a la vista común del espectador.

La escala de grises en un mundo cromático

La fotografía en blanco y negro se caracteriza por la ausencia de color dentro de la imagen. Muchas formas de tecnología visual se han desarrollado inicialmente en blanco y negro y han evolucionado paulatinamente para incluir color.

La expresión “escala de grises” se emplea, sobre todo, para designar a imágenes digitales que aparecen en blanco y negro que incluyen varios matices de gris. En la escala de grises, se incluyen desde el blanco más

blanco, hasta el negro más oscuro; pasando por el rango de tonos grises que existen entre estos dos colores.

Al contar con tecnología para hacer imágenes en color, la fotografía en blanco y negro se continúa utilizando debido a diferentes cualidades que sólo ella ofrece, sobre todo el hecho de que la ausencia de color permite al espectador concentrarse en la forma y relación de lo fotografiado, sin tomar en cuenta los colores de los objetos.

Retórica visual

Entre los diversos grupos humanos han surgido múltiples necesidades de comunicación que requieren ser cubiertas. El lenguaje figurado de la retórica, ha sido empleado en la literatura y más adelante en el mundo de lo visual, en el arte y en el diseño. Ha servido para presentar variadas percepciones del mundo.

La manipulación de significados, ha traído consigo el añadir determinado valor cognitivo y logrado su pregnancia y trascendencia con ideas y mensajes más atractivos para un público diverso.

Con la aparición de la fotografía, las representaciones de la realidad fueron perdiendo su prioridad. Es por eso que los artistas gráficos se dedicaron a investigar aspectos de la percepción y la psicología; logrando nuevas formas de representación por semejanza.

Cabe destacar que no todos los mensajes visuales se apoyan en el uso de técnicas retóricas, en muchos casos, se inclina a favor de lo directo y convencional, haciendo que se crezca en número de recurrencias y propiciando así la pérdida de información, la transmisión de mensajes incompletos y el fracaso en el cumplimiento de objetivos.

Ironía

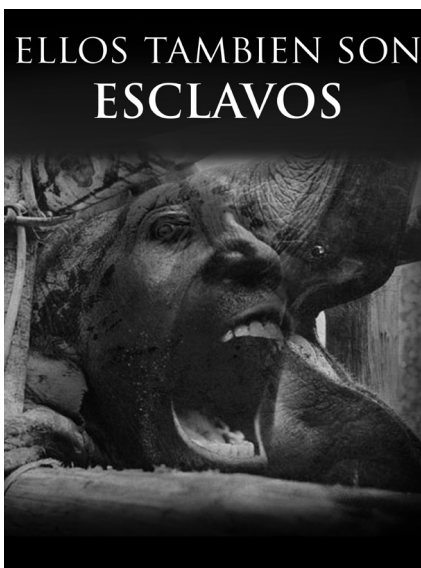
La figura retórica “Ironía” sugiere o afirma lo contrario de lo que se piensa o se siente. La Retórica ha estudiado por siglos este tropo, que

es considerado esencial para realizar el ajuste que se requiere entre la expresión del pensamiento y las creencias de la audiencia, ya que lo que la ironía permite subrayar son los acuerdos que realmente subyacen al intercambio comunicativo.

Proceso de diseño: Desarrollo de la propuesta gráfica

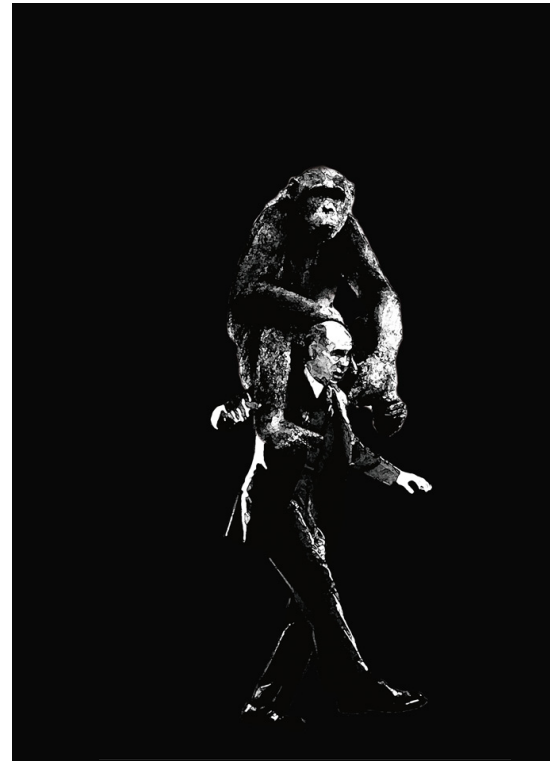
Primera etapa

Se halló el perfil de trabajo. Se unificaron conceptos y se comienza con el proceso de bocetaje, el cual condujo a clarificar las ideas y tomar las que parecieran más adecuadas.



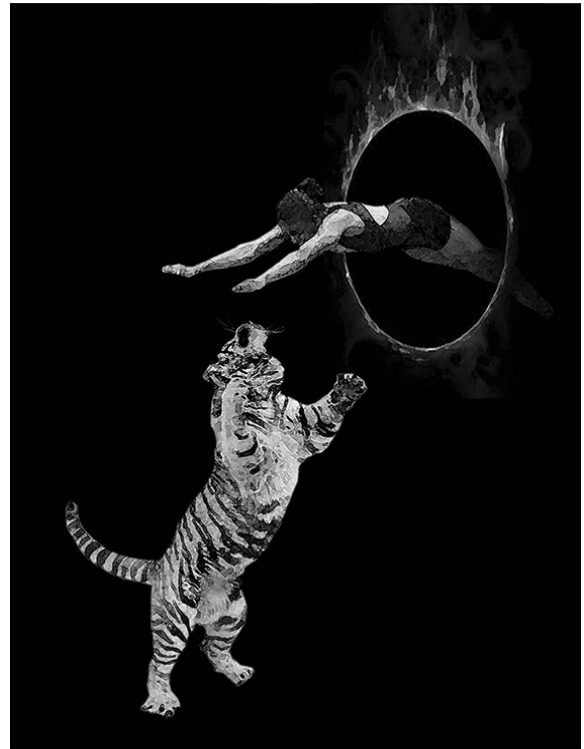
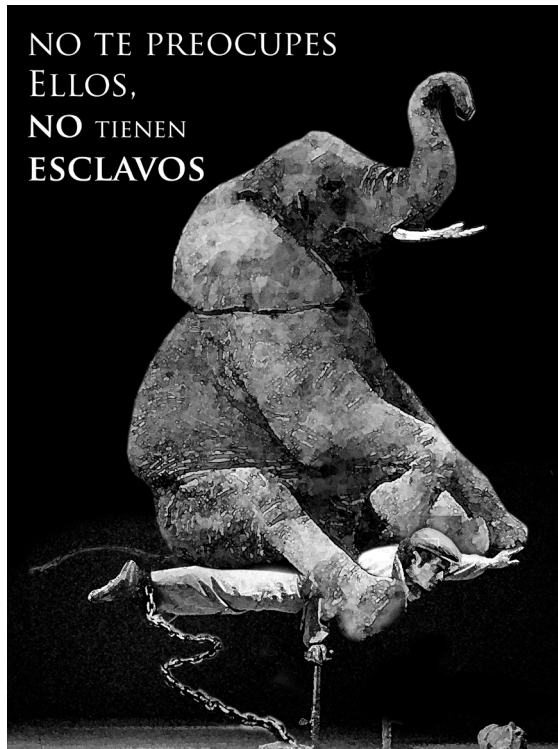
Segunda etapa

Se procedió a la realización de bocetos más estilizados. Se comenzó a trabajar con algunas ideas que resultaron fallidas, no eran lo suficientemente expresivas o tenían un valor comunicativo muy bajo; incluso resultaban confusas en algunos casos. Poco a poco se fue encontrando el camino a seguir y se trabajó sobre eso.



Tercera etapa

Ya con la claridad de ideas, se realizaron más bocetos; de este último proceso de bocetaje, salieron las imágenes que presentan una mayor calidad, expresividad y sobre todo, unificación de estilos.



Solución gráfica

Texto de descripción

Después de la recopilación y análisis vistos en los capítulos anteriores, y tomando en cuenta que el cartel es la unión de un lenguaje visual y un lenguaje literario, se tiene que la propuesta gráfica debe ser atractiva y funcional; debe cumplir con los criterios comunicativos. Debe también, provocar en el espectador cierto interés y guiarlo hacia la sensibilización acerca de la temática tratada.

Se generaron imágenes del tipo irónico, invirtiendo los papeles que por lo general se llevan a cabo en actos de circo. El hombre hará el papel del animal y viceversa pero siempre, manteniendo una igualdad entre valores, sin ridiculizar, ni violentar a ninguno.

Se experimentó con el uso de imágenes y texturas y tonalidades diferentes; hasta encontrar las más adecuadas para los conceptos que se desearon transmitir: unidad, igualdad de condiciones, similitud en la esencia de seres vivos, convivencia.

Se encontró en el fotomontaje una solución gráfica apropiada para la realización de la serie de imágenes ya que las situaciones y acciones representadas -“inversión de papeles”- son parte de una “realidad alterada o deformada”.

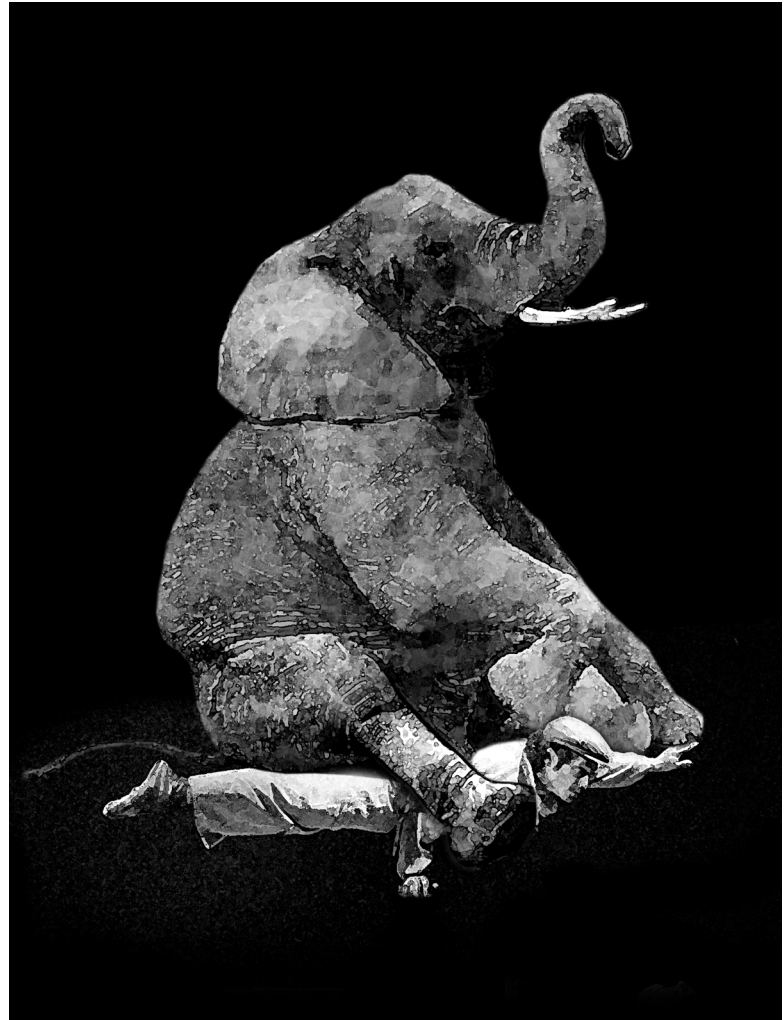
Serie de imágenes

Acto de levitación.

Por lo general, es el hombre u otros animales, quienes suben al lomo del elefante; se plantea una situación contraria.

Es claro que para que esto se cumpla y para que el hombre no sufriera ningún daño, el elefante tendría que ser de un peso mucho menor. Ambas criaturas deberían pesar menos que aire y por consecuencia, flotarían.

Se maneja el concepto de igualdad de peso/valor, colaboración/trabajo en conjunto, ligereza por ambas partes.



Salto del tigre

La inversión de papeles se cumple al estar la mujer atravesando el aro de fuego mientras el tigre interactúa no sólo como espectador sino también como partícipe del juego que se está llevando a cabo.

Se maneja el concepto de fraternidad; se evita la manifestación de algún tipo de violencia entre ambos elementos.



Acto de Balance

Dentro de los espectáculos acuáticos, la foca es un animal que aparece comúnmente balanceando objetos diversos sobre su nariz. En este caso, es un mimo quien balancea con cierta gracia a la foca sobre su cabeza.

Se mantiene el equilibrio en un esfuerzo por no dejar caer al animal y evitar así que sea dañado por la caída.



Cuerda floja

Es un acto de equilibrismo con un gran reconocimiento, debido a la dificultad y a la capacidad que se requiere para llevarlo a cabo. Se observa a un hombre y a un mono sostenidos por la misma cuerda. Con este hecho se hace evidente la importancia de mantener el equilibrio ya que si uno cae, pone en riesgo la seguridad del otro.

Por otra parte, ambos están mirando en direcciones opuestas; esto lleva a la reflexión acerca de la actividad que cada uno realiza, no sólo en el acto, sino también en su vida en su propio contexto.



Monociclo

También puede considerarse como un acto de equilibrismo, sólo que en este caso, es un mimo quien conduce al monociclo, que a su vez, hala a un carrito en el cual está sentado un oso.

En el mundo animal, el oso es reconocido por su gran fuerza. Aquí se ha invertido el papel haciendo que el oso sea quien repose mientras el hombre hace el esfuerzo de halarlo pero de una manera graciosa, en convivencia armónica.



Acto de riesgo

Suricata posado, observante, sobre un aro encendido. Dentro del aro aparece la figura de un payaso quien corre el mayor peligro ya que, un movimiento en falso, significaría la inestabilidad que podría conducirlo a ser herido.

La gracia de la suricata y sus cualidades dentro del reino animal, lo hacen lucir como un vigilante, atento a cualquier peligro. Aquí se le coloca en una situación en la que protege y alerta al hombre sobre algún peligro que pudiese presentarse.



Acrobacia con tela

Una acróbata desciende casi a nivel de suelo con ayuda de una tela, a manera de cuerda. Se enaltece el valor vivo del animal mientras la figura humana se posa para acicalar a un relajado león.

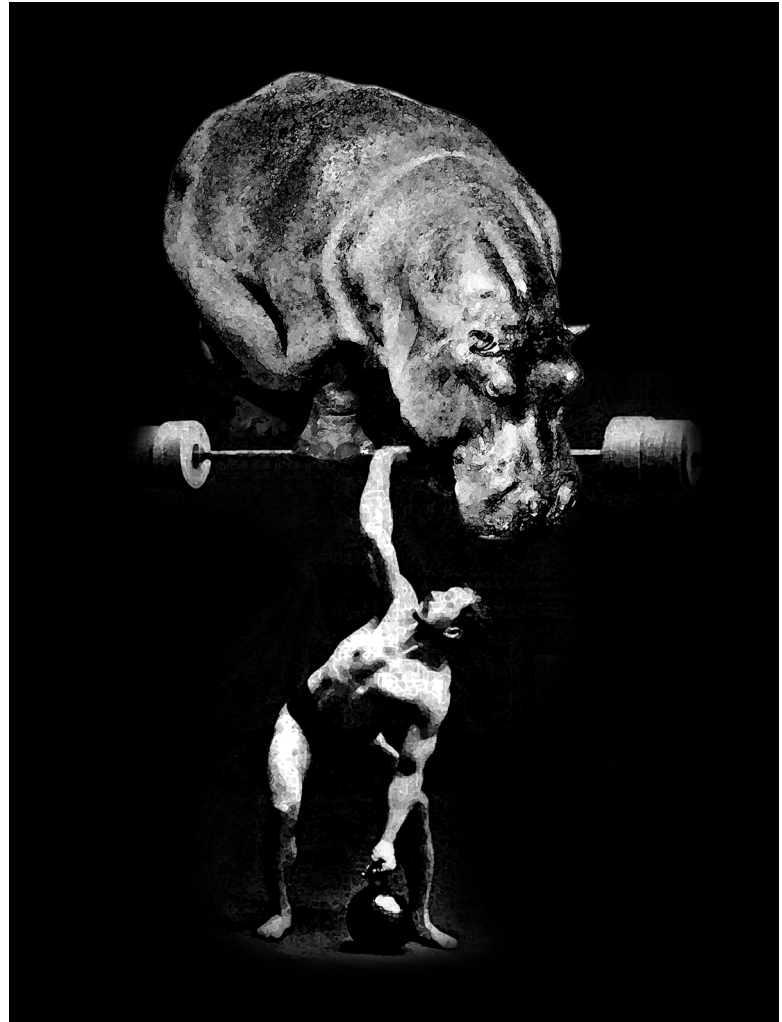
Se manifiesta la convivencia y la armonía, el poder compartir un espacio sin ponerse en peligro la seguridad de ninguno.



Levantamiento de peso

Con la intención de manifestar su poderío, este pesista balancea a un pesado hipopótamo sobre su cabeza, quien lo contempla fijamente y se muestra confiado en que su fuerte compañero evitará hacerle daño, manteniéndolo a salvo de la caída.

Equilibrio y armonía son los conceptos que condujeron a la creación de ésta imagen.



Acrobacias aire-tierra

Los acróbatas y trapeceistas realizan actos temerarios que asombran al público. Estos actos, en ocasiones, incluyen personajes que no son acróbatas, dando así otra perspectiva al espectador e incrementando su interés.

En ésta imagen, se aprecia a un trapeceista interactuando con un equino de color blanco, logrando cierta tensión visual al centro de la imagen, que por la línea que se logra al contraste con el fondo, se crea una simetría diagonal. Ambas figuras logran alguna equidad en el peso visual, concepto que se deseó proyectar en la interacción hombre-animal.



Figuras con globos

El payaso es un personaje clásico del circo, se le caracteriza por su jovial actitud y sus innumerables formas de hacer reír e incluso asombrar al público. Una de estas maneras es la creación de figuras a partir de globos, por lo regular incluyen figuras de animales.

En este caso, el payaso divierte a la hiena con su habilidad para crear “perritos” con globos.

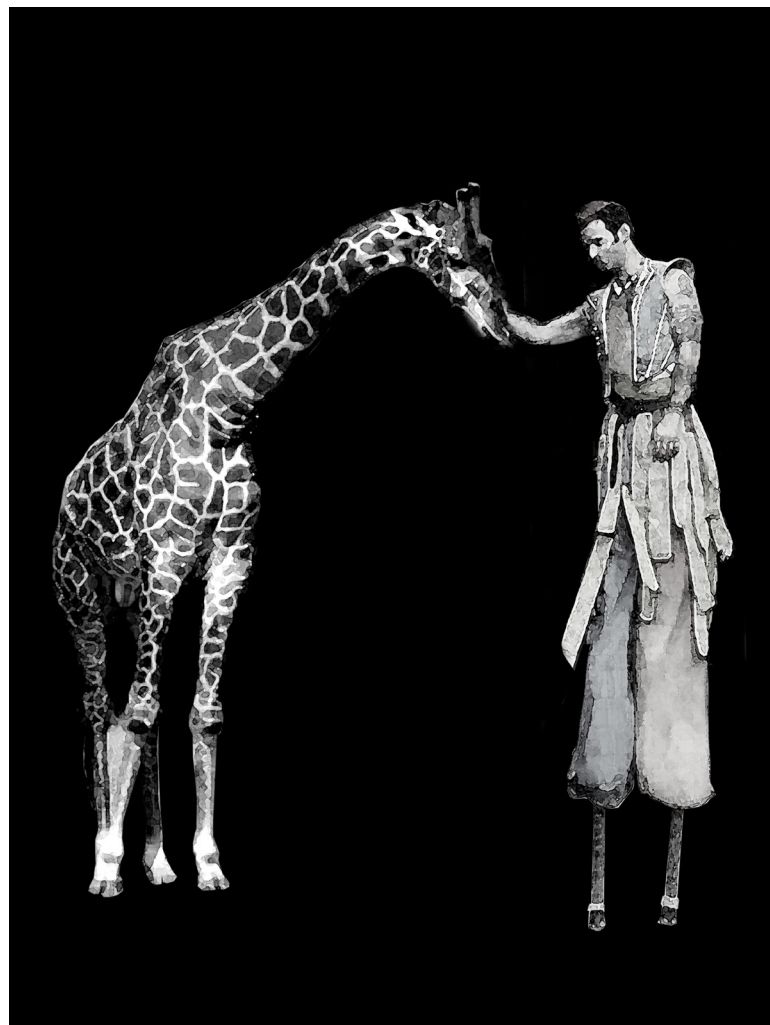


A su altura

Los actos de altura son comunes en los espectáculos circenses, tal es el caso del uso de zancos. Cantidad de personajes son a menudo portadores de estos artefactos que les proporcionan una altura sobre humana.

En este caso, el personaje se eleva sobre su altura real para ponerse al nivel de la jirafa, quien a su vez está siendo consentida con algunas caricias.

La imagen pretende mostrar la igualdad entre hombre y animal, teniendo a las dos figuras a la misma altura y con peso visual balanceado. El vínculo se estrecha con el respeto y la admiración del uno hacia el otro.

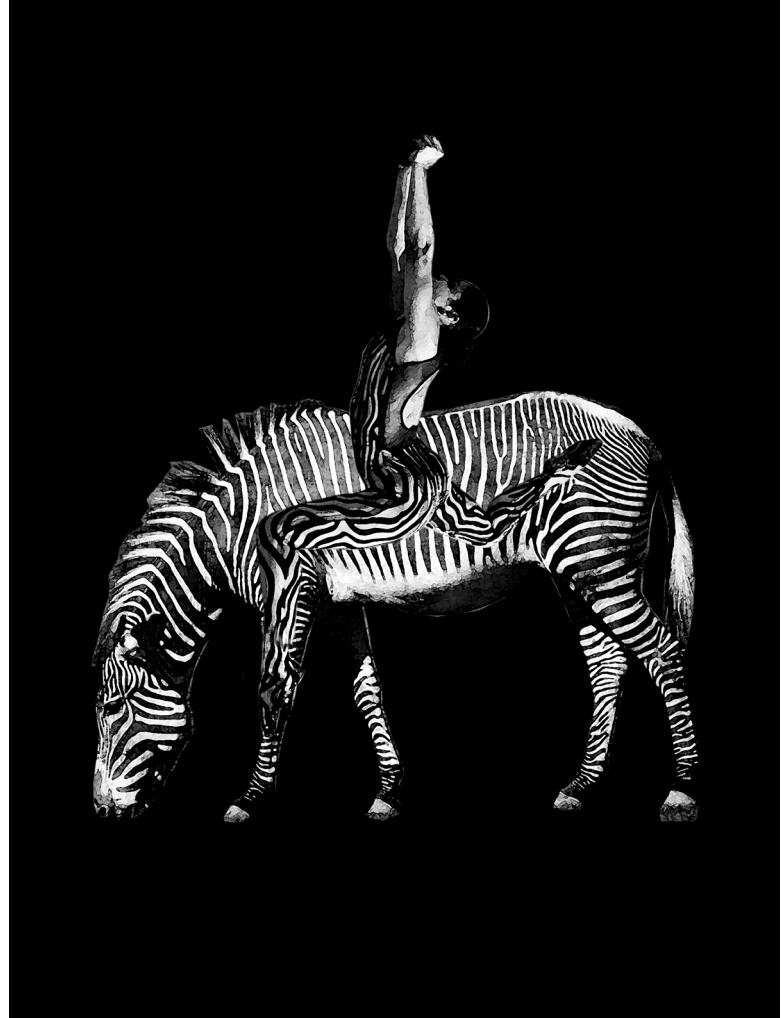


Camuflaje

Se le llama camuflaje a la habilidad de confundirse o pasar desapercibido en un entorno determinado, dando a algo el aspecto de otra cosa.

La imagen conjuga y une visualmente, al grado de confundir una con la otra, las figuras mujer-zebra.

El esfuerzo del ser humano por imitar la belleza encontrada en el reino animal es muy evidente en ésta imagen. En ocasiones no sólo trata de imitarse la belleza, también la fortaleza y la nobleza que poseen las criaturas del reino animal.



CONCLUSIÓN

La elaboración de éste proyecto nos ha acercado aún más al diseño como disciplina importante para los procesos comunicativos que son parte de la sociedad actual.

Se desprende del proyecto la importancia del proceso creativo. Pareciera sencillo llegar a una solución gráfica atractiva y funcional pero, se necesita de un proceso efectivo y ordenado para conseguir el objetivo. Llegar a un resultado original o singular, es una meta que todo diseñador debería tener en mente, ya que, en la sociedad, los mensajes pueden llegar a ser muy repetitivos y a la vez poco convincentes. Es necesario el uso de lenguajes más complejos para la transmisión y asimilación de mensajes sencillos y directos. No siempre lo más sencillo es lo que expresa mejor el mensaje y viceversa, en ocasiones lo más complejo resulta ser lo más claro.

En general, se suele captar la atención del espectador mediante elementos que le son dados de una manera singular, una realidad deformada o imágenes que no ha visto antes. En diversos carteles se encontró la conceptualización de emociones y características de alguna condición social como lo son el dolor, sufrimiento, escasez, pobreza, indiferencia, contaminación, deterioro ambiental; representados con elementos formales que se salen de la manera común en que generalmente aparecen.

Dentro del aspecto creativo se habló de un nivel de originalidad que por lo regular se desprende de una ruptura consciente de la recurrencia o de la combinación de elementos, técnicas o formas de representación previamente probadas y utilizadas por otros diseñadores.

Los procesos metodológicos son importantes en la tarea del diseñador, ya que aportan un gran nivel de organización en el trabajo y lo mantienen con el objetivo fijo; le evitan la vacilación y la pérdida de valiosos recursos y tiempo.

Cuando se logra armonizar la esencia de las formas a significar y los datos esenciales para comunicar, se puede lograr una comunicación exitosa. Cabe destacar que se logra un alto impacto en el público receptor cuando las imágenes son, no sólo claras, sino también expresivas. Se encontró que gracias a la sencillez, simplicidad y economía de elementos en los mensajes gráficos, se logra una comunicación impactante y sobretodo, eficiente.

Se habla de la capacidad del ser humano para significar, ésta agrupará y organizará cualquier señal recibida para que se parezca a algo conocido, basando en conocimientos o experiencias previas registradas en la memoria. Dentro del cartel estudiado se busca un nivel de expresividad, para brindarle un mayor impacto, además de una simplicidad para que la comunicación sea instantánea, el cerebro prefiere las formas integradas, completas y estables. Se desprende también del análisis, la presencia de la llamada “Ley de la experiencia” la cual declara que las propias experiencias del ser humano condicionan su percepción.

Regularmente se halla a la tipografía como complemento para anclar la idea de lo que se quiere comunicar. En algunos casos, se emplea como forma, tomando el valor expresivo y significativo de la imagen. En las circunstancias en la que se omite la tipografía, las imágenes suelen ser más propensas a interpretaciones que pueden resultar erróneas. Es tarea del diseñador cuidar que los mensajes planteados en las imágenes de su creación, sean lo suficientemente claras para así poder prescindir de un texto que las encamine hacia algún tipo de significado.

Es importante mantener en cuenta que las causas para las que el diseñador trabaja, no son siempre las más nobles o justas, y que a veces es necesario desprenderse de ellas para retomar el trabajo que muchos diseñadores han realizado a lo largo de la historia: luchar por las causas sociales, en beneficio de la sociedad, de la humanidad y el medio ambiente.

GLOSARIO

Arte: El arte es una noción abstracta, fruto del concepto del ser humano, de su obra y de la naturaleza.

Armonía Cromática: Es la justa relación entre dos o más colores. Se dice que dos o más colores armonizan cuando al mirarlos simultáneamente producen un efecto agradable.

Actividad Comercial: Actividad principal con la cual se vincula una empresa: por ejemplo: "Limpieza de suelos". Es importante para empresas de nueva creación que la actividad comercial esté incluida en su Logotipo ya que será la forma de que la gente conozca dicha actividad.

Boceto: Un boceto, también llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos.

Color: Es la impresión producida la luz del sol, al pasar a través de un prisma de cristal y ser proyectado se descompone en una banda o cinta llamada espectro solar, constituida por siete colores básicos; Rojo, naranja, amarillo, verde, azul, cobalto y violeta.

Composición: Disposición de los elementos que integran una pieza de diseño, dentro de una superficie determinada.

Marca: La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual, e identifican de forma exclusiva a una empresa, producto o servicio, ante se público. Pueden ser marcas: las palabras o combinaciones de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, letras, cifras, formas tridimensionales etc.

Ilustración: Estampa, grabado o dibujo que adorna ó documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto.

Imagen Corporativa: La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una empresa etc. y a lo que ella representa.

Picanas: instrumento de tortura con el que se aplican descargas eléctricas en el cuerpo de la víctima.

Publicidad: Es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

Símbolo o Isotipo: Un símbolo es la representación perceptible de una idea. En nuestro caso asociado a marcas es el elemento gráfico que simboliza a una empresa, etc. y contribuye a mejorar su identificación ante su público.

Tipografía: es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Clemente, N.; Pelta, R., Serpa, O.: **Agitadores de conciencia**. Gráfica comprometida, Tenerife, UIMP, 2009.

Cranmer, J. y Zappaterra, Y.: **Conscientious Objectives: Designing for an Ethical Message**, Mies (Suiza), 2003.

Henrion, F.H.K.: **“Good Design from Small Packages”**, The Designer, noviembre/diciembre, 1987.

McQuiston, L.: **Graphic Agitation 2**. Social and Political Graphics in the Digital Age, Londres, Phaidon, 2004.

Pelta, R.: **Diseñar Hoy**, Barcelona, Paidós, 2004.

Whiteley, N.: **Design for Society**, Londres, Reaktion Books, 1994.

Papanek, V.: **Design for the Real World**. Human Ecology and Social Change, Nueva York, Pantheon Books, 1971.

First published in Eye no. 27 vol. 7 1998

<http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-gerard-paris-clavel>

Metáfora visual por Juan C. Dürsteler / Publicado 2002-06-17

<http://www.infovis.net/printMag.php?num=91&lang=1>

Metafora visual, Chema Madoz

<http://www.elimparcial.es/cultura/chema-madoz-publica-sus-metaforas-visuales-en-el-libro-obras-maestras-48466.html>

Diccionario de retórica y poética, Helena Beristáin Porrúa. Séptima Edición

Diseño y activismo. Un poco de historia Raquel Pelta, 2012 <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/2909>

Esta tesis se terminó de imprimir en
Octubre de 2014 en Puebla, Puebla.
México.

La edición consta de 5 ejemplares
impresos y una copia digital.

BUAP