UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TESIS DE GRADO

TEMA: PROYECTO DE CREACIÓN DE LA REVISTA DEL
TEATRO NACIONAL SUCRE

AUTOR: ANA GABRIELA DÁVILA JÁCOME

DIRECTOR: GUSTAVO BALAREZO

SEPTIEMBRE-2005

AGRADECIMIENTO

Más de diez años con eso que un día García Márquez lo llamó el mejor oficio del mundo...el periodismo.

Digo más de diez años, porque al periodismo lo viví intensamente desde siempre. Desde ese día cuando escribí por primera vez, cuando lo sentí y decidí hacerlo parte de mi vida.

Hoy que he recorrido solo un fragmento de esa decisión, es momento de mirar atrás y decir gracias a todos aquellos que estuvieron viendo crecer a la periodista que con título y todo, gracias a Dios llegue a ser ahora.

Gracias a él, a Dios por ponerme este camino que no lo habría cambiado por nada.

A mis papás por su confianza y sus fuerzas, por darme las bases que tanto necesite para andar por aquí y ser lo que soy.

A mi familia, toda, simplemente por estar...

A mis amigos, mis amigos de verdad: Yoli, Jota, Cococho, Paúl, Pao y Pepa, gracias por tantos momentos, nada habría sido igual sin ellos.

A Gustavo por su tiempo y su paciencia, sin él esto no habría sido posible. Mil gracias, mi Gus.

A todos y a todas los que sin saberlo estaban aportando para que llegue este momento. A Gonzalo, los compañeros de El Comercio, la gente de la Universidad y hasta a los chicos de la imprenta, por sus buenas energías.

A la vida y a mi convicción que han hecho que ahora lo pueda decir con toda la emoción del mundo....soy periodista!!!

Gracias a todos

Ana

Resumen

Hoy más que antes es difícil concebir una ciudad sin un presente artístico como consecuencia de un pasado cultural. El arte y la cultura son pues, parte de la identidad de la sociedad y por ende forman parte activa de la vida de la ciudad.

Los escenarios donde el arte aparece son para el público, el lugar de encuentro que permite la proximidad que buscan con la cultura.

Este es un trabajo hecho a partir de la evidencia de la búsqueda de dicha proximidad. El público quiere identificarse no sólo con lo que ve, sino con todo lo relacionado a eso. La revista del Teatro Sucre, representa entonces una necesidad que el público expresó a través de encuestas hechas previamente para este trabajo, de tener un medio que muestre que la vida de un teatro no sólo está en cuanto un montaje sale a escena, sino que ésta se extiende a través de su historia, de las noticias que genera y de los planes que tiene para el futuro.

La revista del Teatro Sucre que se ha creado, basa sus contenidos ajustados a esta idea. Es un material gráfico que resume las necesidades del público que acude con regularidad al teatro y que a través de ella ven un aporte al ámbito cultural de la ciudad. Estas necesidades son básicamente, conocer más de las obras y los artistas que se presentan, saber sobre las actividades y noticias que genera el

teatro, conocer acerca de la vasta historia que posee y en general verse más inmiscuidos a través de un medio fijo en el ámbito cultural.

La revista como producto tiene seis secciones, opinión, actualidad, agenda, historia, escenarios y entrevistas. Editorialmente está construida con los géneros periodísticos de la crónica, la entrevista, el reportaje y la opinión. Gráficamente maneja las ilustraciones en base a la fotografía, el montaje y la infografía.

Como proyecto comunicacional es un medio impreso (formato revista) exclusivo del Teatro Sucre en el que sólo se publican notas referentes a él.

Por su parte, la tesis escrita que sustenta este proyecto consta de cuatro capítulos que representan la teoría que respalda el proyecto. De ahí que se incluyen, la comunicación, la comunicación institucional, el teatro y el proceso de elaboración de una revista.

A través del detalle de estos se llega al sentido de este proyecto, a las causas de su realización y a la definición global de lo que es.

Así, se lo puede definir como: proyecto de creación de la Revista del Teatro Sucre, medio impreso que servirá como un aporte a la actividad de difusión de lo que realiza el teatro a través del contacto del medio creado con el público.

Abstract

It is harder to conceive a city without its own cultural tradition. Arts and culture form the identity of any urban conglomerate and both take an active role in the daily life of any city.

Places where art is publicly displayed make possible the encounter between people and the arts. This work was developed under the premise that people look after this daily encounter with culture. They do not only want to identify themselves with what they see, but with everything related to that visual experience.

The “Teatro Sucre Magazine” is then an effort to explain the viewers that any performance is not only comprised by what is shown on stage, but also by an endless chain of events -writing, production, rehearsals, etc.- that have been previously carried out in order for that play to happen.

The magazine that has been created for that purpose focus its contents on that idea. It is comprised of graphic material that summarizes the needs of a public that goes regularly to the theater and by so doing contributes to the cultural life of their community.

Those necessities are basically the following: (i) to know further about any play that has been performed and about the artists that have

participated in it ; (ii) to be informed on any of the cultural activities that will take place on a theater; and (iii) to read about any other cultural event that might be of interest for a initiated reader.

This magazine has six sections: opinion, current events, cultural agenda, history, scenarios, and interviews. The contents of this publication have been created using journalistic techniques such as the chronicle, the interview, the report and the opinion column. Photographs, illustrations and charts have also been used.

This is a printed magazine to exclusively convey information on the Teatro Sucre's activities.

The paper that explains this project is comprised of four chapters - communication strategy, institutional communication, the theater, and the magazine making process- where the reader will be informed on the main rationale behind it: to inform the public through a printed magazine on the latest cultural activities carried out by the Teatro Sucre.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 LA COMUNICACIÓN

1.1 Definición	1
1.1.1 La comunicación humana	2
1.1.2 Características de la lengua oral y escrita	11
1.2 El proceso de la comunicación	11
1.2.1 El modelo de comunicación de David Berlo	13
1.3 Los medios masivos de comunicación	19
1.3.1 La Radio	20
1.3.2 La televisión	27
1.3.3 La prensa	31
1.3.4 Medios impresos	32
1.4 Géneros Periodísticos	42
1.4.1 La nota informativa o noticia	45
1.4.2 La entrevista	48
1.4.3 La crónica	50
1.4.4 El reportaje	53
1.4.5 El artículo editorial	55
1.4.6 El artículo de fondo	63

1.4.7 La columna	73
1.4.8 El ensayo	81
CAPÍTULO II	
LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
2.1 Definición	88
2.2 Sistema	88
2.2.1 Conceptos básicos para el análisis de los sistemas sociales	89
2.2.2 Principios Generales de los sistemas	93
2.3 Institución	95
2.3.1 La institución como sistema	98
2.3.2 Distintos tipos de instituciones	102
2.4 Públicos	105
2.4.1 Públicos internos y el sistema de comunicación institucional	107
2.4.2 Públicos externos y el sistema de comunicación institucional	110
2.4.3 La imaginación extra-institucional y la imagen de la institución	112
2.5 Relaciones Públicas	115
2.5.1 El alcance de las Relaciones Públicas	116
2.5.2 Objetivos principales de las RRPP	117
2.5.3 Dimensiones de las Relaciones Públicas	118
2.5.4 Canales de comunicación para las Relaciones Públicas	119
2.5.5 Característica de las Relaciones Públicas	120
2.5.6 Limitaciones de las Relaciones Públicas	122

2.5.7 Modelo Histórico en las Relaciones Públicas	122
2.5.8 Necesidades básicas para el ejercicio de las RRPP	126
2.5.9 Relaciones Públicas y Comunicación	128
2.6 Identidad Corporativa	129
2.7 Imagen corporativa	131
2.8 Elementos gráficos	136
2.8.1 El logotipo	138
2.8.2 Lenguaje	139
2.8.3 Slogans	140
2.8.4 Folletos, publicaciones institucionales y volantes	141
2.8.5 Revistas	142
2.8.6 Tableros informativos, cartelones y carteles	143

CAPÍTULO III EL TEATRO

3.1 Definición	144
3.2 El nacimiento del Teatro	145
3.3 El teatro en Grecia y Roma	148
3.4 Los géneros teatrales	150
3.5 El teatro como espacio físico	158
3.5.1 Partes de un teatro	160
3.5.2 Clasificación de los teatros según sus fines	162
3.5.3 El escenario – El escenario en general – Partes del Escenario –	

Tipos	164
3.5.4 La iluminación en el teatro – Iluminación de panorama - Regulación	173
3.5.5 La acústica – Empleos – La acústica en los teatros	178
3.6 El teatro como instrumento de comunicación y expresión – Introspección y trabajo interno – Herramientas comunicativas del teatro.....	182
3.6.1 Rito y teatro – Proxemia – Kinesis - Paralingüística - Música, danza y teatro- Ambientación	184
3.7 Restauradores de la comunicación teatral	213
3.7.1 Constantin Stanislavski	213
3.7.2 Bertolt Brecht	218
3.8 El teatro en el Ecuador	220
3.8.1 Teatro precolombino.....	222
3.8.2 Teatro colonial –Fiestas en la colonia.....	226
3.8.3 El teatro en los siglos XIX y comienzo de la República	230
3.8.4 Los comienzos del siglo	233
3.8.5 El teatro Histórico	236
3.9 El teatro Nacional Sucre	237
3.9.1 Historia de la creación del Teatro Sucre	239
3.9.2 La construcción del Teatro Sucre	244
3.9.3 Nuevas intervenciones en el Teatro	249
3.9.4 Reseña cronológica artística presentada en el TNS	252
3.9.5 Análisis estilístico del Teatro Nacional Sucre	254
3.9.6 La rehabilitación integral del Teatro Nacional Sucre	

.....	260
3.10 El Teatro Sucre en la actualidad	
.....	267

CAPÍTULO 4 DISEÑO DE REVISTAS

4.1 La escritura: Comunicación visual en la Prehistoria	
.....	272
4.1.1 La invención de la escritura	
.....	274
4.1.2 La invención del papel	
.....	281
4.2 La invención de la imprenta	
.....	284
4.2.1 Orígenes de la imprenta en América	
.....	287
4.2.2 Orígenes de la imprenta en Ecuador	
.....	288
4.3 Diseño gráfico	
.....	292
4.3.1	
Influencias.....	
.	294
4.4 Fundamentos del diseño: Composición	
.....	308
4.4.1 Figura y	
forma.....	308
4.4.2 El tamaño	
.....	309
4.4.3 Posición	
.....	309
4.4.4 Movimiento y equilibrio	
.....	310
4.4.5 Simetría	
.....	312
4.5 El color	
.....	313
4.6 Tipos de Impresión	
.....	318
4.6.1 Impresión Tipográfica	
.....	318

4.6.2 Litografía Offset		319
4.6.3 Serigrafía		324
4.6.4 Impresión en hueco grabado	325	
4.6.5 Flexografía		326
4.6.6 Termografía		327
4.6.7 Impresión a uno y dos colores	327	
4.6.8 Impresión a cuatro colores	328	
4.7 La revista		331
4.7.1 Estructura de la revista	334	
4.8 Fases del diseño		344
4.8.1 Boceto		344
4.8.2 Machote		345
4.8.3 Tipografía		345
4.8.4 Retículas		347
4.8.5 Título, textos e imágenes	348	
4.9 Diseño electrónico		349
4.9.1 Los programas para trabajar en computador	350	
4.10 Diseño Web		351

Introducción

Esta tesis es un proyecto comunicacional presentado a través de un medio impreso en el formato de revista, cuyo fin es dar a conocer al Teatro Sucre como escenario histórico y actual y propagar sus actividades en general (no solo lo referente con su agenda de espectáculos) y como espacio cultural del país.

El proyecto total consta de dos partes la primera es la teórica constituida de cuatro capítulos.

1. La comunicación
2. La comunicación institucional
3. El teatro
4. La revista

La segunda es el producto físico de la revista. Un impreso de 12 páginas.

El primer capítulo abarca la comunicación, sus teorías y principios, se extiende pasando por el periodismo y sus géneros hasta llegar al concepto de comunicación como forma universal de vida.

El segundo trata a la comunicación en su rama de lo institucional, es decir aquella que se aplica para abrir la comunicación entre una institución determinada y el público involucrado en ésta.

El tercero describe al teatro como un vehículo de comunicación. Aquí se plantean argumentos de como a través del teatro -no solo como actividad artística sino como espacio físico donde estas se desarrollan- incide en la comunicación de los seres humanos. Se explica como desde los inicios del teatro pasando por su evolución a través de los años se ha llegado a reconocerlo como un medio para transmitir múltiples ideas y sentimientos, por ende a comunicar y permitir canales para lograrlo.

El cuarto capítulo representa la parte teórica de cómo se realiza una revista. Incluye el procedimiento que se sigue para su creación a través de conceptos de diseño que abarcan la forma y el fondo, es decir el contenido y la manera de mostrarlo.

En síntesis este es un trabajo que engloba el proceso que se sigue para el objetivo general que es COMUNICAR a través de un producto. Estos capítulos representan la trayectoria que antecede a un concepto que muestra a la comunicación como un elemento versátil que permite destinas formas para desarrollarlo, en este caso a través de una revista, medio de comunicación masivo.

CAPITULO 1

LA COMUNICACIÓN

1.1 Definición

La palabra comunicar proviene del latín *comunicare* que significa “poner en común”; así la comunicación tiene como propósito poner en común conocimientos y sentimientos, lo que se logra a través de signos y símbolos tales como la palabra hablada, la señal, el gesto y la imagen.

Considerando que la comunicación es imprescindible en la vida humana, conviene referirse a algunas definiciones de comunicación, para lograr una mayor comprensión. Algunos autores definen así a la comunicación:

Aristóteles: “El objetivo principal de la comunicación es la persuasión; es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista”.

Aranguren: “Comunicación es la transmisión de un mensaje mediante un emisor, una conducción y un receptor”.

André Martinet: “Es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí”

Willar Quine: “Comunicación es la respuesta in discriminatoria de un organismo a un estímulo.”

Flores de Gortari: “Hombre, sociedad, cultura, civilización y progreso son conceptos que recíprocamente se convalidan en una proximidad indiscutible; pero la interacción, la fuerza que pone en movimiento estos procesos a partir del hecho fundamental de la existencia, tal y como el fluido sanguíneo permite la vida del hombre fisiológico, es la comunicación”

David K. Berlo: “Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor”

“Finalmente se puede concluir que; comunicación es el proceso mental en el que interactúan un emisor y un receptor para intercambiar ideas, conocimientos, experiencias y sentimientos que se transmiten a través de un código, un mensaje y un canal adecuado”.¹

“La comunicación es un concepto en armazón gestálico, o si se quiere es un concepto de naturaleza reversible”²

1.1.1 La comunicación humana

¹ LOZA MANJARES Myrian y Rubén, Ciencias de la Comunicación I, Edición del Colegio de Bachilleres, México, 1984, pp.14-15.

² ALADRO Eva, Teoría de la Información y la Comunicación Efectiva, Editorial Valbuena, 1997.

La comunicación humana es un fenómeno intrínsecamente social. Desde las primeras comunidades humanas (la horda, el clan, la tribu) el hombre ha tenido necesidad de comunicarse para interactuar con su grupo social y así resolver los retos que desde siempre la sobrevivencia le ha planteado.

El ser humano es gregario por naturaleza, es decir, se une a otros seres semejantes a él y convive con ellos participando en la evolución y desarrollo de su grupo.

De esta convivencia se desprende la necesidad de comunicación, la cual, en un principio, era rudimentaria, con base en gestos y gritos indiscriminados, es decir no seleccionados; después al evolucionar el hombre, y ser capaz de aprender de sus aciertos y errores, se llegó a una forma de comunicación únicamente humana, el lenguaje.

Históricamente, el hombre fue capaz de hablar cuando, a partir del momento iluminado en que discriminó los sonidos, los aplicó, primero, a determinados objetos que formaban parte de su entorno y, posteriormente, a ideas cada vez más subjetivas y abstractas que emanaban de sentimientos y vivencias que formaban el bagaje de experiencias de que era objeto y sujeto.

Esto ocurrió dentro del contexto social en el que interactuaba, ya que como ente social no puede vivir aislado.

L. Heyes escribió que: **“el carácter distinto del lenguaje humano consiste precisamente en que el objeto es designado por un sonido que lo recuerda exclusivamente a él”**³

Ahora bien, después de asignar sonidos específicos a determinados objetos, el siguiente paso era tener la capacidad de enlazar estos sonidos, ya discriminados y articularlos, es decir, unirlos unos con otros, formando así el lenguaje articulado. Desde su inicio, el lenguaje hablado tuvo y ha tenido las siguientes características inherentes: ser convencional, tácito y arbitrario. Es convencional porque existe acuerdo de aceptación entre los hablantes de una determinada lengua para nombrar los objetos; dicho acuerdo es tácito, es decir, está sobreentendido en silencio.

Es arbitrario porque los creadores de una lengua usaron su arbitrio, no la relación lógica para nombrar a un objeto de acuerdo al gusto o a la circunstancia, lo cual es arbitrario, aunque se debe comprender que era imposible que los hablantes primitivos pudieran sentarse a discutir como nombrar los objetos, pues carecía de los elementos básicos de la lengua articulada, es decir; las palabras. De esta situación surgen naturalmente los rasgos característicos de creación única y exclusivamente humana del lenguaje oral y desde luego, por eso es lógico que existan desde su inicio diferentes lenguas en distintos

³ SPARKIN Ann, Origen del Lenguaje y su papel en la formación del pensamiento, Editorial Grijalvo, México, 1976, p.31

grupos humanos; lo más seguro es que en varios de ellos se dieron de manera simultánea los estados evolutivos necesarios para que surgiera dicho fenómeno.

Es claro entender que las expresiones iniciales y primitivas no las conocemos en la actualidad, pues una lengua es algo vivo, como la comunidad que la utiliza y varía desarrollando diferentes cambios a través del tiempo y del espacio.

La arbitrariedad de la lengua es subyacente a su origen y es aceptada por el grupo social que maneja determinado código. Esta relación se repite con los términos nuevos, ya que estos tienen apoyo en ciertos vocablos anteriores que, como ya se ha dicho, son arbitrarios. Un ejemplo de lo anterior son los términos técnicos o con los que se designan inventos recientes.

La lengua escrita surgió mucho tiempo después que la oral, cuando el pensamiento del hombre ya había evolucionado enormemente y sus necesidades de intercomunicación se fueron complicando también cada vez más, sobre todo en las actividades económicas.

Durante muchísimo tiempo al hombre le bastó, para sus necesidades comunicativas, el lenguaje oral; sin embargo, al continuar la evolución humana y al complicarse el pensamiento humano, se necesitó otra forma de expresión que fijara las ideas y consignara actividades de su vida práctica y económica. Se llevó a cabo un largo y paulatino proceso

de desarrollo de la lengua escrita. Por ejemplo los egipcios hicieron uso de pictografías denominadas jeroglíficos para llevar las cuentas de los reyes y de las inundaciones del Nilo, de lo que dependía su agricultura y en consecuencia el abastecimiento de alimentos. La pictografía fue evolucionando y se convirtió en ideografía.

Otra forma de escritura muy importante en la antigüedad fue la cuneiforme, empleada por los escribas mesopotámicos. En sus inicios fue también pictográfica, pero evolucionó posteriormente hacia la fonetización o sea la representación de unas palabras para expresar otras. Este avance fue importante en el desarrollo de la escritura alfabética.

Entre los pueblos de la antigüedad clásica existía la leyenda de que los fenicios fueron los inventores del alfabeto y que Cadmo, pariente de Minos, rey de Creta, lo había llevado a Grecia; en realidad, históricamente hablando, fue un pueblo semita que utilizó los 22 ideogramas egipcios para representar sonidos separados de su propia lengua, entrando así la escritura en la etapa fonográfica. Los fenicios, que eran grandes comerciantes, sirvieron para difundir dichos fonogramas entre todos los pueblos con los que traficaban.

Los griegos adoptaron el alfabeto semítico adaptándolo a la representación de sonidos de su propio idioma e incluyeron las vocales de las cuales carecía el alfabeto semítico.

Todos los alfabetos que existen en la actualidad proceden del semítico o del griego; así el romano de 23 letras deriva directamente del griego que tenía 24. Del romano, desde luego, derivaron posteriormente las lenguas romances y, en consecuencia sus alfabetos.

De todo lo anteriormente expuesto se puede concluir que la creación del lenguaje oral antecedió con mucho al lenguaje escrito y que ambos surgieron tanto del desarrollo del pensamiento humano y sus diferentes estados evolutivos, así como de la conciencia paulatina desarrollada en el hombre de cubrir sus necesidades de cualquier tipo, incluidas desde luego las de comunicación.

Con el lenguaje escrito, el hombre dejó la prehistoria y entró al período denominado historia. Desde el momento en que deja piedras labradas, rollos, documentos que relaten sucesos vividos por el y su grupo, se convierte en sujeto de la historia.

La lengua escrita está supeditada a la oral, aunque cada una de ellas cubre diferentes objetivos, pues la lengua hablada es por excelencia el mejor instrumento creado por el hombre para realizar su comunicación y la escrita es la forma mediante la cual el hombre conserva su pensamiento por medio de las letras o grafías, a través del tiempo y del espacio; lo cual nos lleva a considerar un rasgo fundamental de la palabra hablada, ser momentánea.

El lenguaje

El origen del lenguaje se pierde en los tiempos, por lo que no se sabe a ciencia cierta, cual fue la primera palabra que el hombre haya pronunciado de forma consciente y discriminada, pero sí se capta la relevante importancia de ese momento en que el hombre, por su capacidad intelectual, se desprende de la irracionalidad y entra con pie vacilante en la historia de su cultura.

El horizonte en las capacidades humanas, incluyendo la de expresarse, cada vez se fue ensanchando más, pues el lenguaje es interactuante. Así, la evolución del lenguaje a través del tiempo y el espacio permitió a los hombres actuar conjuntamente en la consecución de sus objetivos comunes.

Conviene destacar que los mensajes verbales están estructurados por palabras que constituyen un símbolo, una abstracción mental, representando, en el caso de la palabra hablada, por sonidos que transmiten significados que se comparten con los demás. De esto se desprende que la persona que sea capaz de conocer más símbolos, manejará un mayor número de abstracciones, podrá pensar en cosas más complicadas de manera también más compleja, contrariamente a una persona cuyo conocimiento de los símbolos sea muy estrecho, su modo de pensar será entonces estrecho. Lo anterior nos permite percatarnos de la importancia que tiene el manejo de los símbolos

lingüísticos (vocabulario), para desarrollar no sólo nuestra capacidad para expresarnos, sino para establecer una comunicación pública.

La escritura

Ya desde la prehistoria, el hombre plasmó en las cuevas de Altamira (España) y Lascaux (Francia) pinturas rupestres que consistían en animales y actos de vida comunitaria.

Siglos más tarde los antiguos egipcios transcribían el caudal de sus conocimientos, su literatura y arte pictográfico en hojas tersas y flexibles que eran fabricadas a partir del tallo de una planta que los griegos llamaron papiros y que crecía abundantemente en el delta del Nilo. Esta era una planta en forma de caña terminada en una inflorescencia, de la cual obtenían tanto su material escritorio, como cierto tipo de bebida, vestido, calzado y aun embarcaciones.

Los sirios babilónicos, por su parte, utilizaron como escritura una especie de signos en forma de cuña, que trazaban sobre tablillas de arcilla húmeda; a esta escritura se le denomina cuneiforme.

Por otra parte, es importante destacar que en China, cuna del papel y de la impresión, hacia el tercer milenio antes de Cristo ya existían importantes manifestaciones literarias inscritas en diversos materiales como las conchas y el hueso.

De ahí se fue evolucionando a la utilización de tablas de madera sobre las que se escribía con punzones.

Los fenicios simplificaron los jeroglíficos creando el primer alfabeto, que constaba de 22 signos cromáticos, que se escribían de derecha a izquierda; sin embargo, cuando los griegos utilizaron este alfabeto, empezaron a escribir los signos de izquierda a derecha agregando, además, algunas características propias, que le dieron valor de vocal a ciertas consonantes.

Es importante destacar que, durante la Edad Media, la literatura cristiana permitió que las comunidades religiosas fueran formando bibliotecas en las iglesias y monasterios con textos bíblicos y libros litúrgicos en los que se utilizaba la escritura griega. La cultura monástica hizo que evolucionara la escritura cursiva que se usó en la antigua Roma, la cual fue adquiriendo gradualmente en los libros del Medioevo características nacionales.

Finalmente, es importante destacar que durante el Medioevo se escribían los libros, a mano, siendo el oficio más prestigiado el de copiar e ilustrar los manuscritos antiguos.

1.1.2 Características de la lengua oral y escrita

Lengua oral	Lengua escrita
Anterior a la escrita	Posterior a la oral
Autónoma	Supeditada a la oral
Momentánea	Duradera
Se percibe mediante el oído	Se percibe mediante la vista
Se basa en sonidos y fonemas	Se forma con grafías y letras
Diversidad de realizaciones y usos	Mayor uniformidad
Sirve a todos por igual	Sirve a los que saben leer y escribir
Diferencias dialectales	Menores diferencias dialectales

1.2 Proceso de la comunicación

Todas las criaturas se comunican entre si de alguna manera; sin embargo, la forma más eficaz de comunicación es la que los lingüistas han denominado *círculo del habla*, es decir, el sistema de comunicación en el que dos interlocutores se hablan: uno como emisor y el otro como receptor, cambiando entre sí estas funciones, de modo que los dos hablan y los dos escuchan alternativamente. De esta forma se establece la comunicación oral.

“El diccionario define *proceso* como *cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo, o también*

como *cualquier operación o tratamiento continuos*. Quinientos años antes de Cristo, Heráclito señaló la importancia del concepto del proceso cuando afirmó que un hombre no puede bañarse dos veces en el mismo río, pues de una a otra vez han cambiado tanto el uno como el otro. Thomas Wolfe, en su novela *No puedes volver a casa* (1940), hace la misma observación.

Si aceptamos este concepto del proceso consideraremos los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir, eternamente cambiantes y continuos. Si definimos algo como proceso también estamos significando que este algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, no descansa; que se halla en movimiento. Los componentes de un proceso *interaccionan*, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás”⁴

“Toda comunicación tiene su objetivo, su meta, es decir, producir una respuesta, en resumen, nos comunicamos para influir y afectar intencionalmente. Somos capaces de afectar y, así mismo, de ser afectados...Cualquier situación humana en que intervenga la comunicación, implica la emisión de un mensaje por parte de alguien, y, a su vez, la recepción de ese mensaje.”⁵

⁴ BERLO David, El proceso de la Comunicación, introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1982, p.19

⁵ BERLO David, El proceso de la Comunicación, introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1982, p.11

Para el autor Edward Sapir, la comunicación constituye el aspecto dinámico de las sociedades humanas. No hay sociedad sin una **“red intrincada en extremo de comprensiones parciales o totales que se establecen entre los miembros de unidades organizadas de cualquier tamaño o complejidad”**⁶

A través del modelo de David Berlo se describirá y explicará los componentes del proceso de la comunicación, que para él son: fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador y receptor. Además se hará la representación gráfica del proceso de comunicación, según los criterios de cuatro de los autores más relevantes.

1.2.1 Modelo de comunicación de David Berlo

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.

Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente.

⁶ JACOBSON Roman, Lingüística y significación, colección Grandes Temas, Salvat, Madrid, 1992, pag. 18

El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción e ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

¿ Cómo llegan a traducirse en código, en lenguaje, los propósitos de la fuente?. Este proceso requiere un tercer componente, un codificador. El codificador es el encargado de tomar las ideas de la “fuente” y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje.

En la comunicación de persona a persona la función de codificar es efectuada por medio de la capacidad motora de la “fuente”: mecanismos vocales. (Que producen la palabra hablada, los gritos, las notas musicales, etc); los sistemas musculares de la mano (que dan lugar a la palabra escrita, los dibujos, etc); los sistemas musculares de las demás partes del cuerpo (que originan los gestos del rostro y ademanes de los brazos, las posturas, etc).

Cuando se trata de situaciones de comunicación más complejas, separamos a menudo la fuente del codificador. Por ejemplo, podemos considerar a un gerente de ventas como la “fuente” y a los vendedores como sus codificadores; es decir, que estos últimos son

gente que en forma de mensajes traduce para el consumidor la intención o los propósitos del gerente.

Por el momento, en lo que se refiere a nuestro modelo, nos atenderemos a la menor complejidad. Tomaremos, pues, solamente la fuente de comunicación con su objetivo y un codificador que traduzca o exprese ese objetivo en forma de mensaje. Entonces estaremos preparados para introducir un cuarto elemento: el canal.

Podemos considerar los canales en distintas formas. La teoría de la comunicación ofrece, por lo menos, tres significados para la palabra "canal". Por el momento, basta con decir, que un canal es un medio, un portador de mensajes, o sea, un conducto. Es exacto decir que los mensajes sólo pueden existir en algunos canales. Pero a pesar de esto la elección de canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.

Hemos introducido, en cuanto a la comunicación, una fuente, un codificador, un mensaje, y un canal. Si nos detenemos aquí, ninguna comunicación se habrá producido. Para que ésta ocurra ha de haber alguien en el otro extremo del canal. Si tenemos un objetivo, codificamos un mensaje y lo ponemos en uno u otro lugar, habremos efectuado tan solo una parte de la tarea.

Cuando hablamos se hace necesario que alguien escuche; cuando escribimos, alguien tiene que leerlos. La persona o las personas

situadas en el otro extremo del canal pueden ser llamadas el receptor de la comunicación, el blanco de esta.

Las fuentes y los receptores de la comunicación deben ser sistemas similares. Si no lo son, la comunicación es imposible. Cabe dar un paso más y decir que la fuente y el receptor pueden ser (y a menudo lo son) la misma persona; la fuente puede comunicarse consigo misma (el individuo escucha lo que está diciendo, lee lo que escribe, piensa). En términos psicológicos, la fuente trata de producir un estímulo. Si la comunicación tiene lugar, el receptor responde a ese estímulo; si no responde, la comunicación no ha ocurrido.

Nos falta ahora tan solo uno de los componentes básicos de la comunicación. Así como la fuente necesita un codificador para traducir sus propósitos en mensajes, para expresar el propósito de un código, al receptor le hace falta un decodificador para retraducir, decodificar el mensaje y darle la forma que sea utilizable por el receptor. Hemos dicho que en la comunicación de persona a persona el codificador podría ser el conjunto de facultades motoras de la fuente. Por esa misma razón podemos considerar al decodificador de códigos como el conjunto de facultades sensoriales del receptor. En las situaciones de comunicación de una o dos personas los sentidos pueden ser considerados como el descifrador de códigos.

Estos son, pues, los componentes que habremos de incluir en nuestra discusión de un modelo de proceso en la comunicación:

1. Fuente
2. Encodificador
3. Mensaje
4. Canal
5. Decodificador
6. Receptor de la comunicación

Partes del modelo

Las partes del modelo de David Berlo serán definidas en su totalidad en base a este ejemplo. Para esto se va a evocar una situación de comunicación común.

José y María se encuentran un viernes en la mañana en un café. Un picnic ha sido planeado para el domingo por la tarde. De pronto José se da cuenta de que María es la muchacha que el debe llevar al picnic. Decide entonces concretar con ella una cita para el domingo por la tarde. José se encuentra ahora preparado para actuar como fuente de la comunicación: tiene un propósito, que María consienta en acompañarlo el domingo.

José desea emitir un mensaje. Su sistema nervioso central ordena a su mecanismo del habla que exprese se propósito. Este mecanismo, haciendo de encodificador, emite el mensaje siguiente: “María, quieres venir conmigo al picnic del domingo?”.

El mensaje es transmitido por las ondas sonoras a través del aire, de manera que María pueda recibirlo. Este es el canal. El mecanismo auditivo de María actúa como decodificador del mensaje. Oye el mensaje de José, lo descifra volcándolo a un impulso nervioso y lo envía así a su sistema nervioso central. Este sistema responde al mensaje y decide que el viernes ya es demasiado tarde para solicitar una cita para el domingo. María trata de no aceptar la cita y envía una orden a su mecanismo del habla. El mensaje es emitido: “Gracias José, pero no puedo, te lo agradezco”.

Esta es una forma muy natural de tratar el proceso de la comunicación, pero tiene la ventaja de incluir, por lo menos en forma superficial, los seis componentes antes mencionados.

Esta es la representación gráfica del proceso de la comunicación:

Aristóteles:

El siguiente esquema procede de su obra Retórica:

La persona que habla	El discurso que pronuncia	La persona que escucha
QUIÉN	QUÉ	QUIÉN

Shannon y Weaver:

Formularon el siguiente esquema de comunicación electrónica en 1947:

Fuente de Información Mensaje **Transmisor** Señal emitida **Fuente de las Interferencias** Señal recibida **Receptor** Mensaje **Destino.**

David Berlo:

Introduce dos nuevos elementos: el codificador y el decodificador:

Fuente Encodificador Mensaje Canal Decodificador Receptor

Daniel Prieto Castillo:

Independientemente del esquema cibernético, incorpora nuevos elementos tales como el referente y el marco de referencia.

Emisor Código Mensaje Medio Perceptor Referente Marco de referencia
Formación Social

1.3 Medios masivos de comunicación

Como medios masivos de comunicación se reconocen aquellos que producen y distribuyen productos comunicativos a través de canales

técnicos (televisión, radio, prensa, etc) de un solo emisor a un gran número de receptores. Dichos medios se han convertido en cauce dominante en la interacción comunicativa contemporánea.

En un momento dado millones de personas- aun cuando entre ellas estén casi aisladas-, reciben estímulos simultáneos de estos medios. Por otro lado, las condiciones en que se dan estos estímulos suelen reducir o eliminar las relaciones interpersonales en el proceso de la comunicación y tiende a separar a los individuos en su entorno socio-cultural-tradicional.

Así pues, la masa integrada por miembros heterogéneos como personas de distintos estratos sociales, niveles culturales, diversas ocupaciones, intereses y modos de vida muy diferentes.

De esta manera, podemos inferir que esta comunicación- que llamaremos masiva- proporciona modelos de conducta económica y de valores sociales, fomenta el consumo y la participación en la vida política.

1.3.1 La Radio

La radiodifusión es la transmisión, por medio de ondas hertzianas, de noticias, programas artísticos, literarios, científicos, etc, dirigida a los poseedores de receptores radioeléctricos. El número de estaciones

emisoras de radio aumentó rápidamente en todo el mundo tras el desarrollo de los principios fundamentales de la radio-electricidad.

La modulación de la onda portadora de una emisión origina bandas laterales, por lo que, debido al riesgo de interferencias con emisiones vecinas, es necesario utilizar canales libres dentro del espectro de frecuencias. Las longitudes de onda reservadas a la radiodifusión son, en la categoría de largas, de 150 a 285 kHz, y para las medidas, de 525 a 285 kHz. Para el reparto, entre los distintos países, de las ondas largas y medias, cuyo radio es limitado, el mundo está dividido en áreas independientes unas de otras.

En la actualidad existen casi 500 emisoras en Europa y unas 4000 en Estados Unidos, país de la radio "libre", si bien en este último 800 de ellas están asociadas a una de las cuatro grandes redes (networks) distribuidoras de programas y publicidad.

Características de la radio

Las características de la radio como medio de comunicación están expuestas a partir de sus aspectos psicológicos, auditivos, sociológicos y de producción, con el fin de valorar su importancia en el sistema de comunicación pública.

Aspecto auditivo

La radio es un medio que sólo emite sonidos, razón por la cual no llega a los otros sentidos del receptor. No obstante, todas las implicaciones

sonoras se pueden aplicar a la radio, pues el sonido no tiene límites ni en lo que se refiere a su origen ni en cuanto a su difusión; se difunde naturalmente y se percibe involuntariamente, en contraposición con lo que sucede con la visión, que depende de la voluntad. Un estímulo auditivo se escucha definitivamente.

Por razones obvias, el sonido presenta limitaciones de carácter natural, pues la imagen auditiva es más imprecisa que la imagen visual, depende en gran medida de la estructura psicológica y cultural del oyente, motivo por el que evoca lo que el receptor desea imaginar.

El aspecto auditivo de la radio es una característica que le permite a este medio enviar mensajes en algunos lugares y momentos que no requieren de toda nuestra atención.

Por sus características puramente auditivas, la radio puede convertirse en un vínculo de comunicación con cualquier tipo de persona, sin importar condición social y educativa, particularmente sin exigir demasiado esfuerzo. Por lo anterior, puede ser un medio adecuado de comunicación para determinados estratos de la sociedad, como es el caso de los analfabetos, ya que puede ser un medio muy eficaz para efectos de educación radiofónica hacia la alfabetización.

Aspecto psicológico

Los numerosos y complejos factores de carácter psicológico que ofrece la radio son:

1. Debido a sus características físicas emite solamente sonidos (voces, música, efectos sonoros), en consecuencia solo tiene acceso a un sentido, el oído, las restricciones de la radio consisten en la carencia de la imagen visual por lo que:
 - Carece de “fuerza de lo permanente” que tiene la palabra escrita.
 - No existe evidencia de la reacción en el flujo sonoro.
2. El mensaje de la radio es un tanto fluido; de ahí que la ceguera involuntaria del radioescucha propicie su distracción sensorial, particularmente visual.
3. La radio provoca la sugestión del auditorio pues cuando se emite un mensaje, el oyente echa a volar su imaginación, en la cual influyen obviamente, sus circunstancias, su formación, medio ambiente, etc, por este motivo le da una interpretación propia formándolo de acuerdo con su fantasía.
4. Un mensaje radiofónico está en el terreno de lo abstracto; esto propicia que el auditorio capte los conceptos desde el punto de vista intelectual.
5. La radio produce introversión. Esto significa que un programa es dirigido a un individuo de manera personal, al menos es lo que el radioescucha siente, medita y piensa. La imagen visual, a

diferencia del mensaje radiofónico, produce extroversión, la cual disipa la atención. La radio puede propiciar el aislamiento con la consecuente individualidad; de ahí que este medio invite a la soledad.

6. El auditorio de la radio no necesita de un entrenamiento especial para recibir un mensaje, pues ni siquiera se necesita saber leer y escribir, lo cual permite el acceso a los analfabetos.
7. No existe la reacción colectiva frente a un aparato receptor, aun cuando sean millones los oyentes de una misma transmisión.

Las características psicológicas de la radio se pueden modificar, dependiendo de la actitud del oyente frente a la radio.

Conviene destacar que oír es un acto pasivo y automático, en tanto que escuchar conlleva una atención activa que formula interrogantes y sugiere respuestas, anticipándose a una acción futura. Así, oír pone en juego solamente a los conductos del oído, mientras que escuchar implica a todo el circuito del pensamiento.

Kurt Schaeffer plantea cuatro actitudes en el oyente: **“oír, que es tanto como percibir simplemente, escuchar, que supone una actitud activa, atender, que lleva implícita una intencionalidad, y**

comprender, como resultado combinatorio de escuchar y atender, cuya finalidad es asimilar”⁷

Aspecto Sociológico

Desde esta perspectiva, la radio ha evolucionado merced a la influencia, sobre todo técnica, de otros elementos ajenos a ella. Desde luego, la radio surgió como un medio de comunicación bidireccional, ya que su función era establecer un vínculo entre dos sujetos alejados físicamente que necesitaban estar constantemente en comunicación, por ello, emisión y recepción operaban en ambos sentidos.

En 1916, David Sarnoff concibió la posibilidad de convertir la radio en un medio masivo, dado que los avances técnicos así lo permitían. Fue así como la radio perdió su bidireccionalidad, convirtiéndose en un medio unidireccional. La recepción se tornó más pasiva, lo que a su vez provocó que se perdiera el sentido comunicativo; sin embargo al crear situaciones sociológicas diferentes, el auditorio se reunía para escuchar la radio.

Conviene destacar que la unidireccionalidad de la radio no se dio únicamente en el sentido físico de la transmisión de la señal-no existe ninguna retroalimentación-, sino también en la comunicación de mensajes, porque sólo se incluyó el punto de vista del emisor, sus ideas y su código.

⁷ ROMO Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Editorial Iteso, Guadalajara, México, 1982, p. 11

Así, para que el receptor pueda manifestarse también, es necesario que el emisor establezca los mecanismos correspondientes a través de otros canales, para propiciar la retroalimentación, por ejemplo a través de llamadas telefónicas a la estación de radio.

El surgimiento de la televisión redujo la importancia de la radio. Empero, la invención del transistor y su aplicación a la radio le dio a esta una nueva característica a su favor; puesto que la radio se tomó portátil, se pudo escuchar en cualquier parte. Esto dio a la radio un nuevo auge, incluso en la programación que se ha abocado a las necesidades individuales de las personas según las distintas horas del día. Se emiten diversos programas de radio que implican múltiples actividades.

Antes la radio era un aparato de recepción estático y familiar, mientras que ahora es un medio de recepción móvil y personal. Aunque todavía tiene posibilidades de llegar a todos los miembros de la familia, incluso cuando no están reunidos.

La radio tiene un auditorio tan extenso, heterogéneo, inconmensurable e incontrolable, al grado de ser hasta cierto punto desconocido, ya que puede llegar a cualquier tipo de persona, sin importar su condición.

Obviamente, llega a cualquier localidad, venciendo cualquier obstáculo de carácter geográfico. Es un medio de comunicación instantáneo, pues puede transmitir los hechos en el preciso momento en que ocurre.

Además, las estaciones de la radio están continuamente transmitiendo en todo el mundo.

Por otra parte, resulta interesante que el mensaje radiofónico pueda ser recibido al mismo tiempo que se lleva a cabo otra actividad. También se subraya el hecho de que el aparato receptor está cada vez más a disposición del auditorio, que lo puede encender o apagar a voluntad.

Aspecto de producción

En este aspecto la radio es un medio relativamente económico, lo mismo sucede con su recepción. Resulta amplia en lo que se refiere al tratamiento de temas. No obstante, el tiempo y el espacio representan un problema para este medio de comunicación masiva. Por otra parte, la radio tiene la imperiosa necesidad de sustituir a los demás sentidos, muy en particular a la vista, debe ser muy descriptiva.

Como medio auditivo, debe captar la atención desde el inicio y conservarla, ya que de lo contrario, el auditorio puede cambiar a otra estación, a otro medio o apagar el aparato.

En la producción radiofónica, el elemento más relevante- desde la perspectiva del comunicador, no de la ingeniería-, es la de utilizar el lenguaje y de traducirlo al código radiofónico. Aún cuando el mensaje radiofónico depende de la perspectiva del emisor, se puede establecer de alguna manera la identificación con las ideas del receptor, en virtud de que no existe nada en concreto y se propicia la reflexión, pues

cuando la idea se capta solo auditivamente, el oyente lo visualiza con base en su propio campo de experiencia.

1.3.2 La televisión

La televisión es un sistema electrónico de transmisión de imágenes y sonido por cable o, a través de ondas que viajan en el espacio. Se usan ciertos dispositivos que convierten la luz y el sonido en ondas electromagnéticas; éstas se envían a un aparato (TV) que las convierte en rayos de luz y sonido de nuevo. Para la mayoría de la gente, la televisión significa entretenimiento y la ocasión de presenciar importantes acontecimientos. Sin embargo, además de divertir la televisión tiene muchos otros usos industriales y comerciales. La televisión es hoy, sin lugar a dudas, uno de los medios potenciales de mayor influencia en la civilización moderna para comunicar ideas a las mentes. Se ha constituido, asimismo, en un importante vehículo que proyecta emociones a los televidentes de todo el mundo. La televisión deriva su enorme poder de difusión gracias a las imágenes que el televidente contempla como si se tratara de la misma realidad. El público de este medio de difusión es tan variado como la población misma de un país. Empero, según pruebas verificadas se calcula la mentalidad del público como la de un joven de 14 años, lo cual se toma en consideración por quienes escriben para televisión. Así debido a la

heterogeneidad del público, a su falta de selectividad y al hecho de que aquello que integra y forma parte del hogar sean elementos que compiten contra los medios, es importante que el escritor esté consciente que su guión deberá tener como meta ganar y retener la atención de los televidentes.

La parte técnica de la televisión funciona así: las imágenes en la TV se mueven por la misma razón que lo hacen las imágenes en el cine. Así, el transmitir imágenes en movimiento y reproducirlas a distancia sin la etapa intermedia del revelado de la película, requirió de la exploración con un haz luminoso. Un punto de luz, cuya luminosidad variable corresponde a los matices de un punto del objeto cuya imagen se requiere transmitir, que barre rápidamente la pantalla, puede dar la impresión de una imagen debido a la persistencia del efecto luminoso sobre la retina. Ocurre como en el cinematógrafo: el ojo no percibirá la discontinuidad de la luminosidad si el punto luminoso barre toda la imagen en menos de 1/6 de segundo, aproximadamente.

Para llevar a cabo la transmisión actualmente se utilizan: un aparato compuesto de una cámara con una parte óptica y un tubo analizador (iconoscopio, orticón de imagen) que transforma la imagen en una corriente llamada señal video; circuitos eléctricos para pulsos de sincronismo y pulsos de barrido que se superponen a la señal de video; finalmente, un emisor radioeléctrico de onda muy cortas (frecuencias

del orden de 45 megaciclos, esto es, longitudes de onda de 17m). La estación receptora consta también de una parte puramente radioeléctrica, los circuitos de barrido sincronizados por los pulsos del emisor y el tubo de rayos catódicos (TRC). Cuando un programa se origina en algún punto determinado, puede verse en otros lugares del mundo.

Los receptores no recogen las ondas de la estación desde la cual se transmite el programa en cuestión, sino que las señales se envían por microondas a otras estaciones. Estas estaciones (llamadas repetidoras) tienen la función de amplificar las señales, que se debilitan en el recorrido de grandes distancias. Aun cuando las señales pasan de una estación a otra, cada una transmite los programas a los hogares cercanos. El conjunto de estaciones que transmite el mismo programa se denomina red.

Para transmisiones transoceánicas o transcontinentales las señales se envían a los satélites de comunicaciones, que las transmiten a otros países.

En la televisión el color se obtiene por medio de filtros adecuados que descomponen la imagen en los tres colores fundamentales. Por ello los aparatos receptores de este tipo están provistos de tres cañones

electrónicos, una máscara perforada y una pantalla cubierta de puntos de sustancias fluorescentes.

Existen tres sistemas de televisión en color: NTSC, SECAM y PAL. No menos importante es el circuito cerrado, ya que esta instalación permite la recepción limitada a un único sector (zona geográfica, recinto industrial, centros educativos, médicos).

Hoy en día, la difusión de los programas por medio de satélites es común utilizando relés; con ellos se capta la señal de forma simultánea e intercontinental.

Se puede decir que la utilización de la televisión como medio educativo se encuentra en fase de experimentación en numerosos países, donde se llevan a cabo programas de gran relevancia en este campo. La media mundial de programas culturales es de 3% en relación con la programación general. Por lo anterior, algunos especialistas pronostican que este será el medio futuro más idóneo para la educación masiva.

La palabra televisión es de origen híbrido, pues proviene del griego tele, “lejos” y del latín videre, “ver”, de tal manera que el vocablo significa “ver de lejos”.

1.3.3 La prensa

Prensa es un término genérico que abarca a todas las publicaciones periódicas que llegan a diversos públicos a un precio determinado o gratuitamente. La prensa es el medio publicitario impreso de mayor circulación y alcance.

Un anuncio preparado durante la últimas horas del día, puede ser leído al amanecer por cientos de miles de lectores en las principales ciudades del país. La alta velocidad con que imprimen las máquinas rotativas ha hecho posible esta eficiencia. La prensa tiene, según su formato y presentación, dos grandes líneas: el periódico y la revista.

La prensa es todo impreso que emite mensajes mediante el uso tecnificado de la imprenta papel y tinta. Su objetivo primordial es el de informar y legar un testimonio de algún acontecimiento. Sus orígenes se remontan a las pinturas rupestres, la escritura sobre piedra, papiro, tablilla código, etc; es decir, medios que hacen posible la permanencia de un mensaje a través de los siglos.

Así, el impreso permite que la información permanezca como memoria de la historia del hombre, máxime que en la actualidad se editan a diario un buen número de periódicos, revistas, gacetas, carteles, entre otros, que reseñan el acontecer cotidiano de las actividades del ser humano.

Cabe señalar que la información en el medio impreso permite una mayor extensión en el contenido, ya que se presta más a los detalles y matices.

1.3.4 Medios impresos

Para definir el término medios impresos es preciso recordar lo que significan las dos palabras que componen el concepto. Medio es toda técnica de comunicación que hace posible que el mensaje llegue de un emisor a un receptor. En nuestro caso, nos referimos a cualquier técnica comunicativa que requiera un sustrato para enviar el mensaje.

Hay varias clases de medios impresos, estos pueden ser de carácter masivo y de carácter directo.

Los medios impresos de carácter masivo llegan indiscriminadamente a toda clase de públicos; los de carácter directo llegan a públicos determinados que generalmente elige el comunicador.

Los medios impresos son: prensa, folleto catálogo, tarjeta, carta, circular, telegrama, revista interna, literatura anexa al producto, cartel, pancarta, cartulina, calcomanía y espectacular.

Los medios impresos y el hombre

Todo sustrato en el que mediante las técnicas de las artes gráficas se estampa el mensaje, es un medio impreso.

Toda campaña publicitaria bien integrada requiere de los medios impresos, ya que en casi todas las actividades del hombre aparecen manifiestas las técnicas gráficas; si recorremos la vida diaria de una persona podremos comprobar que las artes gráficas están presentes en todas partes y le acompañan en todas sus actividades.

Por ejemplo desde que una persona se levanta empieza a ver sus tratos impresos: las sábanas que le protegieron del frío durante la noche están impresas, ya sea por sublimación o por estampado rotográfico; la envoltura del jabón con que se asea, ha sido impresa en rotograbado u otros sistemas; los envases de los desodorantes y las lociones también se imprimen con los más variados sistemas y técnicas especializadas; los manteles individuales, aun los de mesa, también han sido impresos en offset, en rotograbado o en serigrafía; las etiquetas en toda suerte de sistemas gráficos. Los diarios que recibe a las primeras horas del día y que acompañan su desayuno, son impresos en tipografía, offset o rotograbado, así como las estampillas que acompañan a la correspondencia.

Al abordar su vehículo se encontrará con que el tablero, las calcomanías y la documentación han sido impresos; aquéllas en serigrafía y estos en offset; al salir de la calle encontrará en su camino una enorme variedad de impresos, desde lo señalamientos viales

instalados en las esquinas, hasta los que son espectaculares; desde el rótulo artístico de los vehículos comerciales, hasta el volante o folleto que llegará a sus manos repetidas veces durante el día. Todo lo que compre le será entregado en una envoltura impresa y estará contenido por un envase impreso o cubierto por una etiqueta impresa; muchos artículos llevarán en sí la impresión; como los zapatos, los cigarrillos, las telas decoradas, los discos fonográficos, etc; dentro de su oficina podrá observar “cromos” impresos en diversas técnicas; recibirá cartas, folletos y revistas, impresos en diferentes sistemas; las máquinas – todas- tendrán alguna marca o señal impresa; si se traslada en un transporte público, podrá observar una amplia gama de anuncios y avisos impresos; incluso muchos de los mensajes que reciba a través de la televisión o el cine, también habrán sido previamente impresos.

Para elaborar toda esta enorme variedad de impresos se emplean los más diversos sustratos, a saber: papel, plásticos de diversas formulaciones o cartón, vidrio, metales o madera, telas plásticas o de algodón, lana u otras fibras, mica, baquelita, barro cocido, piedras pulidas, pieles, pastas sintéticas, hule, asbesto, corcho, etc. Todos estos materiales, cualquiera que sea la forma y tamaño- incluso el hielo- se pueden imprimir y aprovechar para fines publicitarios.

Reseña Histórica

Primeras manifestaciones de comunicación: Desde la aparición del hombre en la tierra, se hizo patente la necesidad no sólo de comunicarse entre sí, sino de dejar una prueba de su existencia, lo cual mucho contribuyó a la creación de la escritura.

Pinturas rupestres: La primera manifestación de comunicación del hombre aparece en las pinturas rupestres, las cuales son dibujos que representan algún acto de la vida comunitaria de los hombres primitivos o de antiguos ritos que necesitaban del dibujo y de los signos para realizarse.

Asimismo, las imágenes figuradas hechas por el grabado o surco y por la puntura, son sin duda primitivos sistemas que representan la comunicación de ideas entre los hombres.

Jeroglíficos: son de origen sirio- babilónico, pero recobraron mayor auge en Egipto. Los egipcios imaginaban dibujos para representar sonidos en su escritura y con ayuda de éstos escribían la historia de su pueblo, la vida de importantes personajes y elaboraban documentos oficiales.

Debido a lo complicado de su escritura implementaron una más rápida y fácil de manejar, la llamada “demótica”, término que proviene del griego que significaba pueblo, pues era la escritura que usaba la gente común.

Más tarde, los egipcios dispusieron de una especie de papel denominado papiro, hecho con el tallo de una planta de igual nombre.

En América los aztecas y mayas desarrollaron una escritura jeroglífica, ya que pintaban en hojas de mate donde registraban crónicas y diversos estudios como los de carácter astronómico.

Escritura cuneiforme: Era usada por los asirios, cananeos, sumerios y sobre todo por los babilónicos, quienes grababan sus signos en forma de cuña, de izquierda a derecha en los ladrillos de arcilla húmeda. Esta escritura representaba palabras y sílabas.

Escritura de las pieles rojas: Los indígenas americanos dibujaban figuras simbólicas sobre lápidas y telas. Las figuras representaban palabras completas como fuego, búfalo, tomahawk, tótem, etc; era un sistema muy rudimentario pero que servía perfectamente a estos pueblos.

Sistema gráfico de comunicación inca: En el Imperio Inca se desconocían los signos escritos, sin embargo, mediante cordoncitos de color, que anudaban a distancias variables, obtenían una especie de escritura que les permitía recordar algún asunto de interés, o bien representar la vida de alguien. A estos cordones se les llamaba *quipu* y eran colgados en los templos.

La imprenta de los chinos: La escritura tradicional china es de las llamadas ideográficas, ya que cada signo representa un objeto o

concepto.

Aunque su modo era primitivo, les era muy útil. Consistía en grabar letras en relieve sobre una plancha de madera, le pasaban tinta por encima y luego aplicaban papel sobre ella, presionando hasta que quedara impresa.

Creación del alfabeto: Los fenicios simplificaron los jeroglíficos y crearon un sistema que representaba mediante signos las articulaciones elementales del lenguaje; este constaba de 22 signos consonánticos; sin embargo, el alfabeto lo escribían de derecha a izquierda. Cuando los griegos empezaron a copiarlo, lo escribieron de izquierda a derecha. Así, los griegos adaptaron algunas características propias, con lo que le dieron valor de vocal a algunas de las consonantes.

Códices: El códice es la representación gráfica de un acontecimiento, de una costumbre o de un acto de tipo religioso.

Entre los aztecas, los tlacuilo eran los encargados de elaborar los códices que hacían con la corteza del árbol amatl.

En el color (que era obtenido de los vegetales) se diferenciaba el estilo del tlacuilo. Estos códices eran elaborados con la ayuda de un punzón.

Por su parte los mayas, al igual que los aztecas, también realizaban sus códices sólo que su contenido era estrictamente de tipo religioso.

Entre los aztecas, los tlacuilos eran los encargados de elaborar los códices que hacían con la corteza del árbol amatl.

En el color (que era obtenido de los vegetales) se diferenciaba el estilo del tlacuilo. Estos códices eran elaborados con la ayuda de un punzón.

Por su parte los mayas, al igual que los aztecas, también realizaban sus códices sólo que su contenido era estrictamente de tipo religioso.

Tipos de códices: Los códices se dividen en dos: los prehispánicos, y los posthispánicos. Los primeros son manuscritos con pictografías (esto es, representaciones estilizadas de dioses, personas, animales, astros, objetos), de carácter ideográfico (representación de ideas), con incipiente sentido de la expansión fonética (representación de sonidos). Los posthispánicos son manuscritas con pictografías de carácter ideográfico y rudimentariamente fonético, con representaciones de números y signos calendáricos con colores convencionales de significación determinante; además, llevan leyendas o textos en lengua indígena o en español.

Invención del papel: Hacia el año 800 antes de Cristo los chinos descubrieron el papel, el cual era hecho de una mezcla de pulpas vegetales, que se comprimía hasta tomar la forma del papel, en donde escribían con tinta vegetal que ponían en plumas de ave.

Primeros sistemas de impresión

El grabado tipográfico: El platero florentino Finiguerra obtuvo una estampa marcando sobre un papel la figura labrada en el metal; con esto nació el grabado tipográfico.

En los grabados la cara que se marcaba era perfectamente plana y su altura era igual a los de los tipos de imprenta. La plancha solía ser una lámina de poco grosor, montada sobre un bloque de madera llamada piso.

Primeros pasos de la imprenta: durante la Edad Media se labraban moldes enteros de madera, del tamaño de una página: tras esta labor, el molde, puesto en una prensa, proporcionaba reproducciones.

La xilografía o grabado en madera fue el primer procedimiento gráfico de expresión plástica que permitió la representación de temas religiosos; el sistema era muy lento, lo cual requería de expertos artesanos.

Antecedentes de los tipos móviles: en la xilografía de textos, cuando se estropeaba una letra de la plancha de madera, el grabador introducía una cuña del mismo material con la letra correctamente grabada. Así la primera imprenta estaba por aparecer, solo que faltaba el hombre que tuviera la genial intuición de llevar a la práctica de forma total lo que se hacía en forma rutinaria.

Los tipos móviles: Entre los años 1041 y 1049, Pi-Sheng inventó los tipos móviles de barro; sin embargo, el verdadero arte de impresión se inició en 1443 cuando Lorenzo Coster hizo los tipos móviles de madera.

Coster utilizó una madera dura y compacta sobre la cual colocó una placa de hierro a la que se le aplicaba cera después negro de humo, que era una especie de barniz de origen vegetal.

La imprenta de Guttemberg: El hombre que inventó la imprenta fue Juan Gutembreg, quien nació en la ciudad de Maguncia, Alemania, hacia el año de 1400.

El invento consistió en los tipos móviles de metal, utilizando la técnica del hueco grabado, en el que usaba una aleación de plomo, antimonio y arsénico.

El primer libro que imprimió fue la Biblia: de 42 líneas, cada plana constaba de 2600 letras. Para poder realizar esto, se valió de seis cajistas. Tardó tres años en imprimir un solo ejemplar.

La imprenta

El desarrollo de la imprenta se inicia con la aparición de los sellos, contrastes y tintas, que se utilizaban para imprimir la moneda y que existieron desde que se comenzaron a realizar las transacciones comerciales, del intercambio de correspondencia y mensajes diplomáticos. Consistían los sellos, contrastes y tintas en signos

estandarizados que implicaban la identidad de una persona o bien de una autoridad.

Al comenzar el Renacimiento surgió en Italia el interés por los libros. En esa época el advenimiento de la imprenta se sentía ya en el ambiente, pues el holandés Lorenzo Coster hizo pruebas de impresión con caracteres móviles hacia el año 1440; empero, tradicionalmente, se atribuye a Juan Gutemberg la invención de la imprenta en 1400 para el mundo occidental; Juan Gutemberg imprimió en Maguncia la *Gramática Latina de Aelius Donatus* (1445), un calendario (1447), un misal (1450), La Biblia (1456) y otros textos más.

Posteriormente, debido a la conquista, los impresores debieron emigrar en 1462; de ahí que se difundieron por toda Europa los secretos de la imprenta. Los siglos siguientes marcan grandes progresos en el arte de la imprenta: se perfeccionaron los tipos, se introdujo la letra cursiva, se desarrolló la tecnología y mejoró sensiblemente la calidad de la impresión.

Pero fueron los avances tecnológicos del mundo contemporáneo los que revolucionaron decisivamente la imprenta. Aparecieron máquinas capaces de componer en forma mecánica más de 7000 letras por hora, se desarrolló la fotocomposición, en 1814 comenzó a utilizarse la prensa de cilindro y en 1885 se registró la patente de la primera máquina rotativa.

Por razones obvias, la invención de la imprenta favoreció en gran medida a la comunidad pública, pues, esta está estrechamente relacionada con los importantes medios de comunicación pública.

1.4 Géneros Periodísticos

Los géneros periodísticos son formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación.

Son formas periodístico-literarias puesto que se debe utilizar el idioma de manera especial, o con estilo diferente a las formas literarias de expresión. Este “estilo periodístico” se caracteriza principalmente, porque su objetivo es el traslado de información y no necesariamente el placer estético, cual es el caso de la literatura artística.

Según Martínez Albertos, **“podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva”**⁸ Y se refiere al periodista como un operador semántico, o dicho de otro modo: la interpretación periodística de la realidad se expresa a través de una gama de modos y convenciones, que son los géneros periodísticos.

⁸ MARTINEZ ALBERTOS J.L., Periodismo y Géneros, en obra colectiva Gran Enciclopedia Rial, Madrid, 1974

Además de esto, los géneros periodísticos son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación, es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por el periodista.

Para Javier del Rey **“los géneros periodísticos serían como una red que el colectivo profesional de los periodistas lanza sobre eso que llamamos *el mundo*, para racionalizarlo y explicarlo, y la teoría y sus categorías –la de que existen los géneros periodísticos, y la de que son estos, y no cualesquiera otros-, expresarían ese esfuerzo para conseguir que la malla sea cada vez más fina”**⁹

Según un criterio histórico, de estricta cronología, los géneros periodísticos aparecen con el medio impreso: los periódicos. Estos géneros son discursos organizados que difieren en lo que le toca a estructura y propósito específico de informar, describir, relatar o comentar la noticia. Los géneros en cuestión son varios: la nota informativa, la entrevista, la crónica, el reportaje, el editorial, el artículo de fondo, la columna y el ensayo, entre otros.

Según Esteban Morán Torres **“en el periodismo podemos encontrar dos vertientes principales: la interpretación (opinión) y la información.”**¹⁰ Y aunque es necesario realizar un gran esfuerzo para conseguir la máxima simplificación a la hora de clasificar los géneros

⁹ DEL REY Juan Estatuto Epistemológico de la Redacción Periodística en la Revista de Ciencias de la Información, vol 5, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1988, p.102

¹⁰ Morán Torres Eduardo, Géneros del Periodismo de Opinión, Editorial Eunsa, Pamplona, España, 1988, p. 10

periodísticos este autor distingue cuatro géneros informativos y cuatro de opinión.

Informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje.

De opinión: artículo editorial, comentario, columna y crítica periodística.

Los géneros informativos se caracterizan por:

- 1.- Pretenden ser objetivos
- 2.- Transmiten información acerca de hechos
- 3.- Responden a las preguntas básicas del periodismo, qué, quién, cómo, cuándo y dónde.
- 4.- Permiten conocer al individuo lo que otras personas dicen o hacen.
- 5.- Poseen formas discursivas que emplean: exposición, descripción y narración.

Los géneros de opinión se caracterizan por:

- 1.- Son subjetivos
- 2.- Transmiten ideas basadas en los hechos.
- 3.- Su finalidad es la opinión, el cuestionamiento y el juicio de quien escribe.
- 4.- Son críticos y orientan al lector.
- 5.- Poseen formas discursivas en las que se fundamenta: sobre todo en la argumentación, aunque también se apoya en la de los géneros informativos.

1.4.1 La nota informativa o noticia

Es un género expositivo; la exposición es la forma básica en su discurso. Su propósito consiste en informar oportunamente un acontecimiento noticioso. El periodista conoce el hecho, lo registra, indaga los detalles y después lo comunica. Se trata de un hecho probable o consumado, porque noticia es todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, será de gran trascendencia e interés general.

Para investigar una noticia el periodista tiene que tener presentes varias preguntas; qué, quién, cómo, dónde, cuándo y porqué, y al responder a ellas obtiene una información completa. La respuesta al qué, se refiere al suceso, el hecho acontecido o por acontecer y que se estima reviste interés como para comunicarlo. El quién, completa el hecho al informar quien es el agente de una determinada acción y quien recibe sus consecuencias. Las restantes preguntas, cuándo, cómo y dónde, precisan detalles relacionados con el suceso, son datos que completan la noticia. El porqué comunica la razón o razones que determinaron el hecho en cuestión y pueden ser circunstancias, situaciones o personas.

La estructura de la nota informativa exige la presentación de toda la información noticiosa y en segundo término los datos que la completan. No permite inclusión de juicios.

La estructura de la nota depende en gran medida del espacio y el tiempo. El periodista debe sujetarse al espacio disponible; y además, considerar que el lector contemporáneo no tiene tiempo para leer demasiadas páginas.

La forma más común de la nota informativa es de pirámide invertida.

ENTRADA

INFORMACIÓN

DETALLES MENORES

En las primeras líneas –entrada- se escriben los detalles importantes, de modo que con solo leer esta parte, el lector se entera, en rasgos generales, de lo que ocurrió. Después, siguiendo un orden descendente, se relatan los demás detalles del acontecimiento. En primer término se escriben aquellos que completan la idea principal, y luego todos los datos secundarios que, no obstante su importancia, pueden suprimirse sin que se afecte el contenido de la noticia. En ocasiones la información se puede presentar en orden cronológico; sin embargo, la entrada contiene igualmente todos los datos relevantes.

En lo que toca al estilo, la nota informativa se caracteriza por los siguientes rasgos:

1. brevedad, puesto que predominan las oraciones y los párrafos cortos;
2. claridad, en tanto se emplea un lenguaje coloquial;
3. sencillez, en la medida en que se exponen ideas simples.

1.4.2 La entrevista

Este es un género descriptivo-narrativo. Aunque su finalidad primaria es describir, también se apoya en el relato para dar mayor interés al mensaje. En ocasiones, una forma sirve como eje central y la otra a la manera de refuerzo; la elección depende, en este caso, de la técnica estilística del periodista y no de exigencias propias del género. Así la exposición se utiliza cuando el propósito es solamente informativo; la narración, cuando sea necesario en algún momento el relato; y la descripción, para indicar las características del entrevistado y del ambiente.

La entrevista puede escribirse siguiendo un orden cronológico y respetando la estructura básica de preguntas y respuestas; también es posible redactarla en forma de relato, en cuyo caso no se sigue el orden de las preguntas y las respuestas, tal como fueron hechas, y

tampoco se incluyen en el texto. Esta técnica proporciona al relato cierta forma de suspenso.

El propósito de la entrevista es dar a conocer, mediante la reproducción de la imagen, una situación, un hecho o una personalidad. En lo que concierne a su estructura, es variable pero la forma más común es aquella que se indica mediante una cita indirecta, una aseveración interpretativa, un resumen o, a veces, una cita directa. Al principio de la nota, por lo común, en el primer párrafo o en el segundo, se identifica al entrevistado, se demuestra su capacidad o autoridad en el tema de la entrevista y se aclara la ocasión e importancia de la misma. **“El cuerpo de la entrevista es una combinación de citas directas e indirectas, diseminadas con frases o párrafos explicativos de transición”**¹¹

Otra técnica para la redacción de entrevistas consiste en transcribir las preguntas y las respuestas en el orden en que se llevaron a cabo, o bien escoger la opinión que se considere más importante, empezar con ella y luego seguir el orden de preguntas y respuestas. Sea cual fuere la opción escogida, la estructura de la entrevista es sencilla y consta de tres partes fundamentales:

- a) La entrada que sirve de presentación.

¹¹ SIEGFRIED Mandel, *Periodismo Moderno*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1990, p. 87

- b) El cuerpo, que contiene las preguntas y las respuestas, así como el relato.
- c) La conclusión, que puede ser la última respuesta, un comentario del periodista o el final del relato.

El estilo de la entrevista es también variable, por ejemplo cuando el contenido es meramente informativo se adopta el mismo lenguaje que se utiliza en la nota informativa: sobrio, directo e impersonal.

Si la entrevista se matiza con una opinión, el lenguaje se torna más emotivo y las frases, naturalmente, son más personales, sin que por ello pierdan la sencillez y la claridad que caracterizan al género. Cuando las entrevistas son de semblanza permiten mayor flexibilidad; en ellas se combina el lenguaje impersonal e informativo con las frases llenas de colorido e inclusive salpicadas de comentarios personales, tanto del periodista como del entrevistado. Con este tipo de entrevista se busca reproducir una imagen viva.

Para cualquier tipo de entrevista existe una constante estilística: el lector debe sentir que es el quién pregunta y es el a quien se le responde; el periodista es un intermediario que obtiene la información de una persona para trasmitirla a otras; y quien establece el vínculo entre el público lector y las personalidades que tienen algo que decir,

algo que señalar. El buen entrevistador permanece oculto a su público y pone al descubierto a su personaje.

1.4.3 La crónica

Se trata de un género narrativo con fuerte apoyo descriptivo. Se recurre a la forma narrativa para el relato de los acontecimientos a fin de destacar su trascendencia; y a la forma descriptiva para hacer sentir al lector inmerso en el ambiente y que perciba los detalles como si realmente estuviera presenciando el suceso.

La crónica es un valioso documento de consulta para los historiadores; en ella se encuentran plasmados momentos de la vida que constituyen un recuerdo, un reflejo de las tendencias, costumbres e ideologías de una sociedad en un momento determinado.

El propósito de la crónica es ofrecer el relato, la reproducción de un suceso; colorear los hechos de modo tal que el lector viva el acontecimiento.

Lo característico de la verdadera crónica es la valoración del hecho al tiempo que se va narrando. El cronista, al relatar algo, nos da su versión del suceso; pone en su narración un tinte personal. No es la cámara fotográfica que reproduce un paisaje; es el pincel del pintor que interpreta la naturaleza, prestándole un acusado matiz subjetivo...”**La crónica periodística es, en esencia, una información interpretativa**

y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado”.¹²

En cuanto a su estructura, corresponde a la de un relato unitario que impresiona al lector debido a la especial disposición de las distintas partes que la integran. En la redacción de la crónica deben considerarse los siguientes puntos:

- a) Evocar el suceso que desea relatar
- b) Ordenar los datos importantes, aunque no necesariamente en la secuencia en que sucedieron.
- c) Darles el tono adecuado para que el lector se sienta atraído.
- d) Agregar un comentario, una apreciación personal presentada de modo que resulte sutil, elegante y discreta.

La extensión de la crónica no es fija. Suele tener variaciones asombrosas y su límite puede determinarse, en última instancia, por el espacio que se le otorgue en el periódico. En ocasiones cuando la crónica es muy larga y no conviene reducirla, se publica en dos o tres partes.

La estructura de la crónica es sencilla y consta de tres partes igualmente importantes:

- La entrada, fuerte, atractiva.

¹² VIVALDI Martín, Géneros Periodísticos, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1990 p 128-129

- El relato, que incluye detalles que permiten al lector “vivir” el suceso.
- La conclusión, que no es un juicio conclusivo puesto que no hay razonamiento, sino que se trata del final del relato.

El estilo requiere de un lenguaje sencillo y agradable, sin frases rebuscadas pero con tal fuerza que el suceso cobre vida y obligue al lector a llegar hasta el final. Este lenguaje refleja el sentimiento del autor, sus emociones y sus impresiones, sin rayar en la exaltación o la creación imaginativa.

La función de la crónica concluye cuando quedan fielmente descritos los detalles del acontecimiento y el lector se siente informado o entretenido.

1.4.4 El reportaje

Se trata de un género narrativo en el que se combinan las formas narrativa y descriptiva. Para hacer su relato, el periodista se apoya en la descripción de personas, de lugares, de situaciones. El propósito del reportaje es relatar los aspectos desconocidos de un suceso conocido y, con ello, reflejar las impresiones del periodista. En el reportaje se comunica algo que despierta en el lector la necesidad de actuar, de manera que no se trata solo de información, sino también de denuncia. Así, se hace la presentación detallada del hecho para que el lector lo

sienta, lo viva, y, de este modo, conozca los alcances y las limitaciones de la sociedad en donde se desenvuelve, se forme un criterio y actúe conforme a él. Como género informativo exige una profunda investigación documental, observación de campo y entrevistas, pero su propósito no permanece en este nivel porque también interpreta. No se trata entonces de un razonamiento ni de un simple registro de datos, sino de una interpretación del suceso, que refleja la propia experiencia del periodista.

El reportaje se estructura en párrafos seguidos, los cuales integran el relato. Lo más importante se incluye en los primeros párrafos de ahí que la entrada sea lo que más le impresione al lector.. Después, los enunciados se redactan de manera que en ningún momento decaiga el interés. En esta parte del reportaje pueden intercalar diálogos textuales que incluyan modismos del lenguaje o detalles anecdóticos que hagan más vívidos a los personajes del relato. Desde luego, la redacción del final es igualmente importante porque con él precisamente se satisface al lector. Es conveniente, entonces, cerrar mediante una frase vigorosa y rotunda que destaque la idea inicial o ponga de relieve el tema central del reportaje.

El reportaje es el género periodístico más extenso. Ello se debe a la investigación que requiere y a las exigencias propias del relato. Su

estructura, que es sencilla, consta de tres partes igualmente importantes y necesarias:

- Una entrada fuerte e interesante.
- Un cuerpo: el relato (información e interpretación)
- Una conclusión, es decir, el fin del relato.

El estilo del reportaje se distingue por el uso de enunciados y párrafos simples. Por otra parte, el lenguaje informativo y el expresivo (emotivo) se mezclan en una narración fluida.

En cuanto a las descripciones que acompañan al relato, son vivas y precisas; y el lenguaje, aunque familiar, evita los vulgarismos y las redundancias.

1.4.5 El artículo editorial

El editorial es el género periodístico que al interpretar y valorar una noticia manifiesta el punto de vista institucional. Su propósito es explicar el significado del suceso noticioso y, con ello, influir en la opinión pública.

Según M. Lyle Spencer, el editorial **“es una expresión de hechos y opiniones en un orden conciso, lógico y agradable, cuyo fin es**

divertir, influir en la opinión o interpretar noticias importantes de forma que se destaque su importancia para el común de los lectores”.¹³

Cuando se escribe un editorial, el propósito es múltiple: se define un punto de vista, se ayuda al público a formar una opinión acerca de determinado acontecimiento, se analiza y se interpreta la noticia, se relaciona al suceso específico con otros igualmente importantes, para suscitarlos en un determinado contexto histórico y después, precisar su trascendencia; y, por último, se establecen juicios de valor que propicien actitudes positivas frente a los problemas que afectan a la comunidad.

Mediante la editorial se prolonga la vida del hecho noticioso, se le da permanencia al contenido y se apunta su trascendencia social. Desde esta perspectiva, escribir editoriales exige un comportamiento periodístico profesional que implica:

- a) Amplio conocimiento del asunto.
- b) Capacidad de interpretación y análisis
- c) Expresión clara de los juicios.

¹³ WILLIAM RIVER Paul, Periodismo: prensa, radio y televisión, Editorial Paidós, Buenos Aires, p. 128

Clasificación

La variedad temática de los editoriales es tan amplia que resulta ocioso tratar de clasificarlos en atención a su contenido; basta señalar de manera general que, según este criterio, los editoriales son de carácter político, económico o social.

Clasificar a los editoriales por su finalidad también es tarea difícil, pues su propósito no siempre es claro. A continuación una clasificación:

- 1. Editorial informativo:** Se le conoce también con el nombre de editorial expositivo porque solo presenta la información sobre un suceso. En él se vuelven a citar los hechos ya mencionando en la sección informativa, pero manifestando el punto de vista institucional. Se recurre a este tipo de editorial cuando un asunto no está claro porque falta la ubicación del suceso. Dicho de otro modo: en el editorial expositivo o informativo se consignan antecedentes, datos, hechos importantes, todo cuanto ayude al público a conocer mejor, aunque brevemente, un determinado suceso. Por su propia naturaleza este tipo de editorial no requiere de conclusiones expresas pues la sola presentación de los hechos implica la opinión institucional.
- 2. Editorial explicativo:** Se utiliza cuando es preciso añadir una explicación de lo sucedido, por cuanto la sola información no es

suficiente para comprender la trascendencia del acontecimiento. Este tipo de editorial es muy similar al expositivo y en ocasiones resulta difícil distinguirlos.

- 3. Editorial interpretativo:** Se recurre a él cuando para comprender el significado de un suceso no basta una explicación ligera y es necesario presentar una interpretación. En este tipo de editorial se requiere que el periodista sea justo en la interpretación de los acontecimientos, pero el análisis que se lleve a cabo no exige necesariamente llegar a conclusión alguna. Sin embargo la presentación de los hechos debe ser precisa y completa, de modo tal que permita al lector extraer sus propias conclusiones. En suma, el editorial interpretativo es esencialmente educativo y uno de sus requisitos primordiales es la honestidad en su planteamiento.
- 4. Editorial polémico:** En estos editoriales se pone de manifiesto un estricto orden lógico que indica claramente las razones por las cuales se piensa de una u otra manera. En él se argumenta a favor o en contra de un hecho o una situación, de manera que mediante razonamientos sencillos, el público se convenza del punto de vista propuesto.
- 5. Editorial Exhortativo:** se denomina también editorial de lucha por cuanto presenta ataques a determinadas situaciones y exige

conductas específicas. Generalmente este tipo de artículo va precedido de aquellos que persuaden, argumentan e informan, a fin de que la acción solicitada resulte consecuente. Cuando se usa esta forma editorial se espera una reacción pronta y definitiva en el público, de ahí que el abuso de dicha modalidad destruya su eficacia: el público se cansa de que frecuentemente se le pida que actúe.

6. **Editorial de campaña:** Se le denomina de este modo a una serie de artículos editoriales en una misma causa y que culminan con un editorial de acción. En este caso, los periodistas se dedican principalmente a denunciar políticas locales corruptas que requieren de corrección, a pedir mejoras para la comunidad o a defender alguna causa olvidada. El propósito del editorial de campaña puede lograrse mediante la presentación de los hechos, aun cuando no se manifieste el punto de vista.
7. **Editorial persuasivo:** En este caso, se trata de editoriales que procuran convencer suave y sutilmente, puesto que no piden ni exhortan. El manejo de este tipo de editorial implica el uso de argumentos para convencer y guiar al público hacia un asunto específico.

8. Editorial de interés humano: En él se tratan temas diversos de interés humano que informan y entretienen al mismo tiempo. Es éste un editorial que no se escribe con el propósito de interpretar, persuadir o convencer, sino más bien para entretener, recordar o señalar una situación. Su estilo es distinto del de los demás editoriales, porque es más personal que institucional. Los artículos editoriales de interés humano pueden ser humorísticos, de pasatiempo, inspirativos y rememorativos.

Estructura

La estructura del artículo editorial es variable. Aunque no hay restricciones en cuanto a la forma, su estructura depende en buena medida de su propósito, el cual a su vez se modifica según la importancia del tema, la agresividad de la institución informativa y la respuesta específica que se espera provocar.

En términos generales, la estructura se integra con un título o encabezado que indica el tema y que por sí mismo suele tener valor editorial; y con el cuerpo del artículo, que consta de tres partes: una informativa, una interpretativa y una deliberativa o conclusiva. En la primera parte se presenta una breve exposición noticiosa del tema sobre el cual versa el editorial. La segunda parte es un comentario, un desarrollo del tema, y constituye propiamente la aportación del periodista, porque es la interpretación que éste hace de las noticias, de

los datos y los hechos expuestos al inicio del artículo. La tercera y última parte se elabora con la conclusión obtenida del comentario; en ella se asientan las razones por las cuales el tema se valora de una u otra manera; o bien se presenta una recapitulación. La conclusión tiene el propósito esencial de comunicar un último pensamiento importante, y la forma que adopta puede ser la de una exhortación, un ruego, un consejo o una petición.

Esta forma clásica del artículo editorial, que consta de tres partes, tiene algunas variantes. Así, su estructura puede ser también como sigue:

- a) Exposición del tema y comentarios, sin que incluya una conclusión.
- b) Exposición del tema y combinación de los comentarios con la conclusión.

Cabe destacar que por lo común el artículo editorial consta de tres a cinco párrafos. En el primer caso, los párrafos coinciden, aunque no necesariamente, con las tres partes que lo componen (entrada, desarrollo y conclusión). En ocasiones, los editoriales también se escriben en uno o dos párrafos.

El estilo

En términos generales, el estilo en el artículo editorial es la forma en que la institución informativa maneja y dispone sus recursos de expresión. Por ello, y en tanto que dicha institución es un líder que

moldea la opinión pública, está obligada a cuidar que sus editoriales sirvan a la verdad, de modo que sean para beneficio social. Una institución informativa que se respeta, mediante sus editoriales obtiene y consolida una posición digna ante su público, al tiempo que refuerza su autoridad moral.

Específicamente, la redacción de un editorial implica el manejo de los juicios de forma tal que el artículo en su totalidad resulte consistente, agresivo, digno y autoritario.

De acuerdo con estos lineamientos, cada parte, entrada, cuerpo, y conclusión demanda especial cuidado. La entrada resulta fundamental porque en ella se centra la temática, debido a lo cual se debe buscar aquella que armonice con el objetivo que se persigue: puede ser un enunciado corto y vibrante, una oración extensa o cualquier otra modalidad discursiva que resulte eficaz en tanto sirva para anunciar el tema y logre despertar el interés del lector.

La parte central es igualmente importante, puesto que los argumentos que en ella se incluyen representan el punto de vista y la opinión institucional respecto al tema. Desde luego, cada juicio exige claridad en la exposición y adecuado sustento en su discusión, ya que de esta parte depende que el artículo editorial logre su propósito. Si la intención es fluir, estas partes llevan el peso del argumento, y cuando se trata de

informar, contiene los hechos principales. Finalmente si el objetivo es divertir, sostiene o debilitan el humor.

El cierre del editorial, ya sea una palabra o un párrafo que incluya varios enunciados, también requiere de especial atención puesto que gracias a esta parte el lector recibe el cabal significado del mensaje. En otros términos: un final efectivo generalmente enriquece el significado de todo el editorial.

En suma el editorial:

- a) Es un género argumentativo
- b) Su propósito es explicar el significado de un suceso noticioso desde un punto de vista institucional.
- c) La institución periodística manifiesta su opinión (juicios) respecto del suceso.
- d) Su estructura consta de tres partes igualmente importantes: la entrada atractiva, fuerte; el razonamiento que incluye opinión y argumentación; y la conclusión, que es un comentario derivado del razonamiento.
- e) Las tres partes son igualmente necesarias. Ninguna de ellas puede suprimirse sin afectar la totalidad del artículo.

1.4.6 El artículo de fondo

Es este un género periodístico opinativo que se escribe con el propósito de interpretar los acontecimientos de la comunidad, del país y del extranjero, que al mismo tiempo señala la importancia que tales sucesos tienen dentro del momento histórico, así como las posibles consecuencias sociales, económicas, y políticas que de ellos se derivan.

Al igual que el editorial, el artículo de fondo se escribe con el objetivo de ilustrar al público, sólo que en este caso ya no es la institución la que se manifiesta, sino que es el periodista quien hace la interpretación de los acontecimientos, con la intención de provocar una opinión el público. Así mediante sus juicios y comentarios, el articulista expresa su punto de vista, y en ocasiones incluso solicita algún comportamiento específico por parte del público. De acuerdo con estas consideraciones, el artículo de fondo es el género periodístico que de manera personal informa e interpreta los acontecimientos, y establece alguna tesis o doctrina.

Desde el punto de vista periodístico, existen dos tipos de articulistas: los periodistas profesionales y los colaboradores, que son especialistas que tiene una profesión distinta al periodismo. En cuanto a las fuentes, los periodistas profesionales obtienen la información a través del

contacto personal con las fuentes vivas de la información y también la recaban mediante el estudio bibliográfico y documental constante.

Sus juicios están basados en el conocimiento que tienen del asunto en cuestión y de la experiencia que la misma profesión les provee.

Los colaboradores, en cambio, son especialistas en la materia acerca de la cual escriben: economía, política, etc, y por lo mismo son autoridades en el tema. La interpretación y el enjuiciamiento que llevan a cabo se sustenta en los estudios específicos que hayan realizado.

Los artículos técnicos dejan de ser textos periodísticos y por ello no tienen cabida en los diarios: su lugar está en las publicaciones especializadas. Un periódico recibe solamente aquellos artículos que tratan temas actuales y de interés general. Por tal razón un articulista, sea colaborador o profesional, practica el periodismo cuando logra que muchas personas lean sus escritos; de este modo, se le reconoce autoridad y competencia para interpretar los hechos. Simultáneamente adquiere la responsabilidad de ser honesto y estudioso y de que sus juicios además de ser serios, reflejen su dominio del tema.

Clasificación

Los artículos de fondo pueden clasificarse de acuerdo con su contenido y según su propósito. En lo que atañe al contenido, los artículos pueden ser de tipo social, económico, político, etc, y se refieren a temas nacionales e internacionales.

Por lo general el periodista escoge el tema de su artículo con base en las noticias de los últimos días, pero también puede ocuparse de asuntos que aparentemente no tienen carácter de noticioso, y que sin embargo, por el tratamiento que se les da, resultan actuales y de interés público.

Respecto a su propósito, los artículos pueden ser de comentario y de crítica. Los primeros constituyen un esbozo ideológico en los cuales los periodistas perfilan una idea y la comentan con el único fin de manifestar sus puntos de vista con relación al tema.

Este tipo de artículo tiene una estructura argumentativa muy sencilla, puesto que el comentario que hace no llega a ser un enjuiciamiento valorativo. Así según Humberto Cuenca, el artículo de comentario es la **“proyección de una idea que no llega a su extremo”**¹⁴

En el artículo periodístico el desarrollo de la forma argumentativa (comentarios, opiniones, juicios) se somete, al igual que cualquier composición, a las reglas de unidad y de coherencia.

Sea cual fuere su propósito, el artículo desarrolla una idea central y su exposición debe ser congruente. De no ser así, atenta en contra de dos principales reglas de la comunidad periodística: la claridad y la precisión necesarias para que el público asimile el mensaje.

¹⁴ CUENCA Humberto, Imagen Literaria del Periodismo, Editorial Logos Consorcio, México, 1988, p. 38

En el artículo editorial, el periodista no se limita a comentar la información sino que se adentra en ella, la valora, toma partido y la acepta o la rechaza.

Los juicios que se asientan en este tipo de artículos se acompañan de una explicación, de un razonamiento que señala las causas de lo que se asevera.

El juicio aislado que no se apoya en razonamientos y en ejemplos serios carecen de valor periodístico y está fuera de lugar en un artículo crítico.

Hacer una crítica no es tarea fácil, sobre todo en el campo que nos ocupa, debido a la complejidad del fenómeno social en el acontecer diario y en su efímera existencia periodística.

La crítica es un instrumento valioso en manos del articulista que sabe manejarla con habilidad.

En pocas palabras: el periodista que hace crítica debe manifestar un punto de vista sólido y vigoroso, y para lograr el efecto deseado, escoger un lenguaje preciso y directo.

Estructura

La estructura del artículo de fondo (sea de comentario o crítica) es más compleja que la del editorial debido a la exigencia de presentar una tesis y su consecuente fundamentación.

En términos generales, no existe un solo procedimiento para redactar los artículos de fondo; se pueden hacer múltiples combinaciones para ordenar las partes que los conforman. A manera de ejemplos detallaremos los procedimientos más usuales.

1. El artículo se inicia con una proposición general, atractiva, breve y trascendental, basada en una noticia reciente. En esta parte se le indica al lector cuál es el tema del artículo, se hace referencia a sus aspectos fundamentales y se destaca su importancia.

Enseguida se escribe el texto explícito apoyado en ejemplos concretos. Este desarrollo del tema, constituido por una serie de detalles menores, se realiza con el fin de ubicar al hecho en un contexto. Si es necesario, en esta parte del artículo se clasifica al hecho.

Después se procede al análisis y a señalar las consideraciones pertinentes al tema. En esta parte, el periodista entra propiamente en la fase formativa de su artículo porque en ella se presentan los antecedentes, las explicaciones y se plantean los posibles resultados.

Posteriormente se pasa a la prueba o comprobación: los hechos se relacionan de modo que se expliquen y se hagan evidentes. La comprobación, entonces, no es el hecho aislado, sino el resultado de

incluir en una estructura lógica, para que el razonamiento sea consecuente.

En la última parte se hace una valoración y se concluye el tema: el articulista cierra su argumento mediante una recapitulación acerca de lo dicho y precisa su posición. La parte conclusiva puede tener distintos propósitos: llamar a la acción, dar un consejo o presentar alguna solución. Veamos un ejemplo.

2. El artículo se inicia con un incidente específico que ilustra el razonamiento de todo el escrito. Después se procede al análisis del suceso, análisis que se compone de información y de comentarios. De ser posible, en esta parte se efectúa también una evaluación que conlleva una crítica al asunto que se comenta. Para fortalecer los juicios es conveniente que se aluda a un caso concreto que funciona como ejemplo.

Por último se hace una síntesis de las ideas presentadas en el artículo y se plantea una aseveración general que opere como juicio principal, como la tesis que el periodista propone.

Esta estructura exige más esfuerzo que la anterior pues requiere que el articulista mantenga el interés del lector hasta el final, que es en donde plantea su tesis. El siguiente es un ejemplo.

3. Se trata de una combinación de los tipos citados. El artículo se inicia con una alusión al hecho, la cual sirve como presentación temática. Enseguida se expresa la opinión personal respecto del suceso y se deja claro el punto de vista. Para reforzar los juicios expresados se hace referencia a una información concreta que está relacionada al tema del artículo. En la parte central del texto se plantea la tesis, que es el juicio principal de todo razonamiento. En este punto el articulista acompaña y refuerza su tesis con más comentarios que precisan su opinión. Como otro refuerzo para esta parte, se acude a la información adicional y al ejemplo que ilustre lo dicho. El artículo culmina con un juicio conclusivo fuerte que retoma la idea manifestada en la tesis.

El estilo

De lo expuesto respecto del artículo de fondo se desprende que está formado por un conjunto de juicios acerca de una información específica. Según esto para la redacción de sus artículos, el periodista requiere de dos formas discursivas: la exposición y la argumentación.

La forma expositiva le será útil para la parte inicial, cuando se trate de la presentación temática. Por otro lado, el articulista recurre a la forma argumentativa para el análisis, los juicios que lo acompañan y la tesis

que propone. La esencia del artículo de fondo reside en la sustentación de las aseveraciones, que es el procedimiento de toda argumentación.

Ahora bien, la manera personal en que el articulista maneje estas dos formas de expresión constituye su estilo. No existe una fórmula o “receta” para escribir artículos periodísticos, pero algunas recomendaciones pueden ayudar a este propósito:

1. Interesar al lector. Como recurso estilístico para captar la atención del público se “juega” con el lenguaje (oraciones largas combinadas con otras más breves; palabras fuertes y atrevidas; alternancia de vocablos elegantes y de uso común.)
2. Recurrir a las analogías cuando se dificulte la explicación. Si el lector conoce una parte de lo que se dice, es más fácil que comprenda la tesis presentada en el artículo.
3. Desarrollar una sola idea en todo el artículo y organizar cuidadosamente sus distintas partes, prestando especial atención a la transición de los párrafos.
4. Formular preguntas dentro del artículo a fin de obligar al lector a seguir leyendo y obtener así las respuestas. Y contestar esas preguntas de modo que surjan otras en la mente del lector.
5. Recurrir al suspenso para que el lector esté ansioso por saber que sucederá después.

6. Matizar el artículo con incidentes específicos y anécdotas divertidas o interesantes. Hacer descripciones de personas y anotar palabras textuales cuando éstas sugieran acción.

En síntesis, el artículo de fondo tiene las siguientes notas

Características:

- a) Es un género argumentativo.
- b) Se escribe de forma argumentativa en tanto que expresa juicios. Tiene cabida la forma expositiva para la presentación del tema y de algunos otros datos necesarios en el razonamiento.
- c) Su propósito es asentar una tesis, discutirla y persuadir al lector respecto de ella.
- d) Su estructura, que es compleja, consta de cinco partes:
 - o Entrada: presentación temática.
 - o Información: detalles necesarios para el desarrollo del tema.
 - o Análisis: comentarios del periodista (juicios).
 - o Comprobación: datos que ayudan a probar la tesis.
 - o Conclusión: puede ser la misma tesis u otro juicio importante derivado de la totalidad del razonamiento.

- e) Comúnmente es más extenso que cualquier artículo de opinión.
- f) Requiere de una investigación previa, generalmente de carácter documental.

1.4.7 La columna

En tanto género periodístico, la columna tiene tres características fundamentales que configuran su esencia: su periodicidad, la titulación fija en nombre y en tipografía, y su carácter eminentemente personal y emotivo. La columna como artículo de opinión, es el género periodístico que con una frecuencia determinada, interpreta, analiza, valora y orienta al público respecto de sucesos noticiosos diversos.

A diferencia del editorial y del artículo de fondo, no es preciso que el columnista asuma una posición frente a los hechos. El columnista escribe sobre asuntos conocidos, pero a los cuales no se les ha presentado la debida atención; o bien se interesan por relatar alguna experiencia personal y para hacerlo aprovecha un suceso noticioso.

Debido a la atención de la columna, los comentarios y los juicios de valor que la integran no tienen una naturaleza argumentativa y persuasiva, sino que se distinguen por ser informativos y analíticos.

La columna es el género periodístico opinativo que da lugar a un tipo de comunicación más personal, de menos formalidad que el editorial o

el artículo de fondo, y que puede incluso proporcionar momentos de recreación. Todo ello hace que en ocasiones el columnista logre una mayor influencia en el público, respecto de la que tiene el articulista o el editorialista.

Escribir una columna no es tarea fácil. Requiere conocimiento del tema, pero también habilidad para proyectar una personalidad fuerte y atraer al público, simpatizar con él y mantener su atención.

El columnista goza de amplia libertad temática para expresar sus puntos de vista, para defender o atacar una idea y para alabar o censurar el comportamiento de los individuos y de los grupos sociales.

Clasificación

Por lo que se refiere al contenido, se escriben columnas en las que se abordan los más variados temas: política, deportes, economía, sociales, arte, entre otros.

La columna, como género periodístico opinativo, adopta las características generales del artículo: entrada, desarrollo (comentarios) y conclusión. Esta estructura, aunada a sus características específicas de tono, lenguaje, título, espacio y periodicidad, además del tema y la posibilidad de tratar uno o varios asuntos en el mismo artículo, permite clasificar a la columna de la siguiente manera:

1. columna de opinión
2. columna de información

3. columna humorística
4. columna de personalidades
5. columna “revoltillo”
1. **La columna de opinión:** Por su forma y tono serio, parece un artículo editorial; sin embargo, todos los juicios que en ella se expresan son responsabilidad del columnista, quien así lo acepta mediante su firma. A veces, no obstante, se publican columnas de este tipo sin que lleven firma, de manera que sólo el carácter personal de los comentarios la distinguen del artículo editorial. Puede incluso no presentarse esta diferencia en el uso del lenguaje y sólo caracterizarse como columna por sus cualidades formales: título, periodicidad y espacios fijos.
2. **La columna de información:** Se le denomina de este modo a la columna en la cual predomina la información por sobre el comentario o éste se infiere por la manera en que el columnista trata la información. El es quien ha trabajado el material para integrar la columna y por lo mismo, es responsable de lo que escribe.
3. **La columna humorística:** se escribe con el propósito de divertir y entretener a los lectores. Su temática es diversa y los comentarios se caracterizan por su ironía.

4. **La columna de personalidades:** el columnista se ocupa de todas las personalidades de la comunidad que destacan en algún momento o por algún motivo. Así puede referirse a los funcionarios públicos, a los deportistas ganadores de un premio o a los artistas famosos. En suma, se ocupa de toda aquella persona que resulta interesante para los lectores.
5. **La columna “revoltillo”.** Esta columna es bastante frecuente. Está formada por una gran variedad de temas e incluye materiales diversos. Por ejemplo, el columnista comenta algún acontecimiento en tono editorial, a reglón seguido cambia de tema e inserta una poesía o un epigrama. Después hace otro comentario, con el mismo tono serio de un principio o con un enfoque picaresco. En la columna revoltillo se pueden hacer otras muchas combinaciones.

Estructura

La estructura de la columna de comentario no puede ajustarse a un modelo preestablecido, puesto que este género periodístico es el más personal y libre de todos; cada columnista integra su artículo como más conviene a la información con que cuenta y al propósito de sus comentarios.

De este modo, existen distintas opciones para redactar las columnas:

1. La columna que se escribe mezclando la información y los comentarios.
2. La columna de comentario, que sólo usa la información para referirse al suceso, de manera que el artículo está compuesto por los juicios del columnista.
3. La columna esencialmente informativa, pero que incluye algún comentario para lograr el efecto opinativo de todo el artículo.

Estilo

“Las colaboraciones de los columnistas pueden ser de tono serio o ligero, formal o informal, objetivo subjetivo, basadas en los hechos o en la fantasía. El columnista puede romper lanzas con enemigos reales o imaginarios, o puede escribir para diversión propia y de sus lectores”¹⁵

Por ello el estilo resulta muy variado: narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo o, como a menudo sucede, puede ser una combinación de dos o más de estas formas discursivas. La columna también puede escribirse como una crónica breve, como información de suplemento, como editorial y como ensayo.

La elección de una u otra forma de expresión lingüística depende del tipo y de la función de la columna. Por ejemplo, el periodista que en su

¹⁵ SIEGFRIED Mandel, *Periodismo Moderno*, Editorial Paidós, Buenos Aires, p. 226

columna sugiere un comentario mediante el uso de las palabras, pero no lo hace abiertamente, utiliza principalmente la forma expositiva; pero si ordena los datos de tal manera que el grado de interés vaya en aumento (suspenso), la forma narrativa resulta más conveniente. Por otra, si su intención es reproducir un suceso o “pintar” una situación, la forma del discurso adecuada es la descriptiva; por último, si el propósito del columnista es convencer a los lectores con sus comentarios, persuadirlos respecto de las ventajas o desventajas de su proposición central, la forma indicada es la argumentación.

Para escribir una columna:

1. Escribir con originalidad. Hay muchas maneras de ser original: por ejemplo, usando material nuevo o empleando un lenguaje en particular (connotaciones especiales), sin olvidar que la expresión debe ser sencilla para que todos la comprendan.
2. Imprimir un carácter novedoso a la presentación del material. Todos los días deben tratarse temas distintos con enfoques también distintos, de modo que el lector nunca tenga la impresión de haber leído la columna con anterioridad.
3. Evitar los temas que pudieran no ser de interés público.
4. Producir en los lectores la imagen de una personalidad atractiva por cuanto de ello depende que la columna sea leída.

5. Mostrar que se conoce suficientemente el tema. Aunque ello no implica que el columnista conozca y éste capacitado para emitir un juicio acerca de todos los temas, basta con presentar la información necesaria y evitar las conclusiones precipitadas, los pensamientos inmaduros y los tonos propagandísticos.
6. Mostrar consistencia. Si un periodista cambia su postura ante un hecho importante, deberá tener razones muy poderosas que lo justifiquen; de lo contrario, únicamente causa disgusto y desconcierto en sus lectores.
7. Eludir la información brutal y el lenguaje crudo y atrevido.
8. Revisar minuciosamente los datos. La precisión es una cualidad indispensable para el columnista, quien tiene como principal propósito el comentario de los hechos.
9. Expresar los puntos de vista con firmeza, pero sin ignorar la existencia de opiniones diferentes.
10. Emplear la columna en beneficio social, evitando presentar en ella los pleitos personales o los ataques a quienes no tienen igual posibilidad para defenderse.

En síntesis, la columna de comentario se distingue por las siguientes características:

- A) Es un género argumentativo

- B) Su propósito es comentar un suceso y establecer una relación estrecha y personal con el público.
- C) El columnista cumple una función mediadora entre el periódico y el público.
- D) No sólo hay presentación noticiosa sino, y es lo más importante, interpretación y comentarios.
- E) Tienen cabida las cuatro formas del discurso; según el tipo y el propósito específico de la columna se recurre a una u otra forma.
- F) Su estructura es sencilla; consta de tres partes: una entrada interesante, un cuerpo que puede variar de acuerdo con el tipo de la columna y con la forma discursiva que requiere; y una conclusión, que también es variable, según se trate de un relato, de un razonamiento, de varios comentarios o de una descripción.
- G) Debido a su carácter informal y por la diversidad en su tono y contenido, en la columna tiene cabida no sólo el humor y la invención, sino también el juego de palabras y de ideas. La columna no siempre es seria y tampoco exige necesariamente rigor lógico el razonamiento.

H) Característica esencial de la columna y única respecto de los otros géneros periodísticos, es su título fijo, la periodicidad y el espacio también fijos.

1.4.8 El ensayo

El término ensayo se ha aplicado a diversos tipos de escritos literarios y a composiciones expositivas más formales. Sin embargo, actualmente se entiende por ensayo una prosa literaria de análisis o interpretación, basada en la observación y en el punto de vista personal sobre un tema cualquiera. El asunto más insignificante puede convertirse en un ensayo periodístico; cualquier detalle de la vida diaria puede ser tema de interés general.

El ensayo es el desenvolvimiento de una tesis doctrinal, a menudo inconclusa, con tendencia interpretativa o de investigación, con absoluta libertad temática, rigor crítico, lírica entonación, y propósito orientador. **“El ensayo periodístico se diferencia del humanístico en que aquél alude más a la actualidad temática, mientras que el último es atemporal”**¹⁶

En otras palabras, el ensayo refleja la apreciación del periodista respecto del mundo que lo rodea; es el artículo que resulta de una

¹⁶ CUENCA, Humberto, Imagen Literaria del Periodismo, , Editorial Logos Consorcio, México, 1988, p. 45

meditación, de una reflexión, más que de una investigación severa y rigurosa, el ensayista hace una disertación amena, un tratado breve con digresiones e interrupciones constantes, en el cual puede abordar todo tipo de temas. A diferencia de los otros artículos de opinión, el ensayo es eminentemente expresivo.

El ensayista expone sus ideas, sus pensamientos, y, sobre todo, sus emociones. Escribe con el propósito de crear en el público una reacción emocional, de manera que no se contenta con informar, interpretar y entender al público, sino que busca despertar en lo más profundo de él un sentimiento: de ahí su naturaleza subjetiva. De acuerdo con estas consideraciones, el ensayo periodístico se define como el artículo de opinión en el cual se hace una breve reflexión sobre cualquier tema que refleja la manera en que el periodista ve, interpreta, y siente aquello de lo que habla. Consecuentemente, se trata de una prosa breve que revela la personalidad del periodista puesto que transmite sus impresiones sobre el significado de la vida o sus observaciones respecto de temas diversos. En virtud de ello, el ensayo es producto de la madurez.

Clasificación

Por definición, el ensayo es una composición difícil de clasificar. En lo que toca al contenido, multitud de temas podrían ser categorías para la clasificación, de manera que los ensayos serían moralistas, críticos,

caracterológicos, anecdóticos, narrativos, doctrinales, descriptivos, reflexivos, biográficos, históricos, interpretativos, artísticos, didácticos, filosóficos, personales, etc. Aunque extensa, esta lista resulta incompleta, de ahí que para distinguir el ensayo periodístico sea más adecuado clasificarlo desde otra perspectiva, y así distinguir dos tipos: el ensayo formal e informal.

El ensayo formal es una discusión argumentativa en la cual el escritor expone un tema apegándose a la realidad de los hechos y a su conocimiento de ellos. En este tipo de ensayo no caben la imaginación, la abstracción o las apreciaciones emotivas, por lo general son tan extensos y serios que rebasan el artículo de opinión y devienen en libros.

El ensayo informal, al cual corresponde el ensayo periodístico, resulta de la reflexión en torno de un tema de interés general. En él se incluyen los juicios, el relato y las descripciones, aunque no de manera simultánea. Es decir, el ensayo periodístico se ocupa de manifestar algún juicio y en todo el artículo se plantea una reflexión; en otros casos, el ensayista relata alguna experiencia.

Estructura

En términos generales la estructura del ensayo es muy semejante a la del editorial puesto que consta de tres partes: la introducción al tema, el desarrollo y la conclusión. En la introducción se precisa el tema y el

enfoque; luego se desarrolla el tema, que consta de una reflexión acerca de cada uno de los puntos presentados en la primera parte.

Por último, se concluye con un juicio que anuncia el final de la reflexión.

La gama de variantes que distinguen al ensayo permite que el periodista recurra a diversas formas discursivas para escribir este tipo de artículo. Por ejemplo, cuando el propósito es presentar una reflexión sobre algún tema abstracto, el ensayista puede valerse del giro humorístico, y lo más común es que use para su artículo la forma narrativa.

Cuando el propósito es detallar una situación o un lugar, a fin de provocar una imagen en el lector, el ensayista escoge la forma descriptiva. En ella no hay suspenso ni alegato, sólo interesa la conjugación de los detalles específicos a fin de lograr el efecto total.

Por otro lado, los ensayos argumentativos son los que más se asemejan al editorial en lo que toca a estructura. En los primeros párrafos se presenta el tema, después se hacen los juicios pertinentes al mismo, y finalmente se concluye el mensaje. En esta tercera parte, el ensayista refuerza sus puntos de vista, en ocasión de presentar la reflexión final.

En suma, para escribir ensayos argumentativos el articulista pone especial cuidado en definir su punto de vista al plantear el tema;

asegura la pertinencia de las reflexiones en torno a su enfoque, hace comentarios ligeros y evita el alegato.

Estilo

Debido a la libertad estructural y temática del ensayo resulta difícil precisar su estilo; no obstante, puede atribuírsele, de manera general, las restricciones estilísticas propias de todo texto periodístico y, en particular, puntualizar algunas recomendaciones referidas a la composición de los artículos.

Cada párrafo del ensayo debe constituir una unidad de pensamiento en relación con la temática general. Igualmente, cada oración debe contribuir al pensamiento central del párrafo. Si un texto se concibe como un grupo de párrafos relacionados, un párrafo puede definirse como un grupo de oraciones relacionadas.

Las transiciones de un párrafo a otro deben ser suaves. Un párrafo suele prevenir al lector de la proximidad de un nuevo pensamiento o referirse a una idea que ya se ha considerado. Así, cada párrafo debe estar desarrollado con propiedad, de modo que uno o dos enunciados no son suficientes. Desde el punto de vista del lector, el párrafo marca una ruptura lógica que le permite ordenar sus pensamientos, y es asimismo una pausa física que le permite descansar la vista. Desde luego, el estilo que se adopte para cada ensayo debe corresponder al tratamiento del tema. **“No es recomendable cambiar de una**

consideración seria en torno de un tema, a un comentario humorístico.”¹⁷

Por otro lado, es conveniente tener en cuenta que el ensayo periodístico, se escribe en la primera persona gramatical, debido a su propósito de precisar los puntos de vista personales respecto de un tema específico. Y cuando por algún motivo especial el ensayo exija la redacción en tercera persona, es necesario evitar las generalizaciones y los enunciados extensos y rebuscados.

Es igualmente importante recordar que el mensaje periodístico exige sencillez y claridad. Para ello el ensayista debe tener un pensamiento claro y seguridad en sus puntos de vista. Si las ideas son confusas y no se ha reflexionado lo suficiente, el ensayo resultará vago y mediocre.

Estas son las características del ensayo:

- A) Es un género argumentativo
- B) Su propósito general es dar a conocer las opiniones del ensayista respecto de un acontecimiento que no necesariamente es actual. Al ensayista no le interesa expresar qué ocurrió, sino su interpretación de tal suceso, cómo lo siente y qué impresiones le causó.

¹⁷ CUENCA, Humberto, Imagen Literaria del Periodismo, Editorial Logos Consorcio, México, 1988, p.82

- C) Su propósito específico es la recreación, despertar en el público determinadas emociones y un sentimiento de agrado.
- D) Se apoya en las cuatro formas del discurso, y así la exposición solo aparece como apoyo para la argumentación.
- E) Su estructura consta de tres partes, aunque con variantes en su cuerpo central en función de la forma del discurso y del propósito específico. Estas partes son: la entrada (debe ser atractiva), el cuerpo (que puede ser un relato o una reflexión), la conclusión (que es el fin del relato o un comentario último.)
- F) El ensayista trabaja con juicios de valor relativos a una temática de interés general.

CAPITULO 2

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

2.1 Definición

Definimos a la comunicación institucional como el sistema coordinador entre ,la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos.

La comunicación institucional tiene algunos componentes que describiremos a continuación:

2.2 Sistema

El sistema es la unidad de análisis de la teoría de sistemas, perspectiva teórica que surgió a raíz de un interés creciente para lograr la unificación de las ciencias. El punto central del enfoque de sistemas lo constituye el concepto de interdependencia que está siempre presente entre los diversos elementos que constituyen cualquier sistema. La perspectiva sistémica ha permitido ampliar las posibilidades conceptuales del científico social en cuanto a que los análisis de los fenómenos sociales ya no son lineales, sino procesales; es decir, eventos continuos sin principio ni fin. La lógica de esta teoría podría resumirse así: todas las partes afectan al todo; toda acción tiene repercusiones en la organización.

Tomando en cuenta que existen numerosas definiciones sobre lo que es un sistema, se puede considerar esta definición, ya que contempla los principios fundamentales de la teoría: Un sistema es un conjunto de elementos interrelacionados que opera para lograr un objetivo común.

“Los sistemas sociales u organizaciones constan de un número de individuos, grupos o departamentos, cada uno de los cuales es un subsistema dentro de un sistema total.”¹⁸

2.2.1 Conceptos básicos para el análisis de los sistemas sociales

Estos son elementos básicos en función de los cuales pueden ser analizados los sistemas sociales:

Elementos: Todo sistema se compone por una serie de elementos que mantienen relaciones entre sí y que incluyen lo siguiente: insumos, transformaciones, productos, coordinación o comunicación, retroalimentación.

Insumos: Son todos los recursos que absorbe el sistema a partir de su medio ambiente. Estos recursos son los que le permiten funcionar.

“Algunos teóricos de sistema distinguen dos clases de insumos a) insumos de mantenimiento, los cuales proporcionan energía al

¹⁸ GOLDHABER Gary, Comunicación Organizacional, Editorial Logos Consorcio, México, 1988, p. 54

sistema y lo hacen funcionar. b) insumos de signos, que proveen al sistema de información para ser procesada”.¹⁹

Transformación: es el proceso mediante el cual los insumos se convierten en productos; es decir, el elemento procesador que a partir de los insumos que entran al sistema obtiene los productos finales que salen de éste.

Productos: son el resultado de la transformación de los insumos.

Estos son descargados por el sistema hacia el exterior, o sea a su medio ambiente.

Los productos que un sistema lleva hacia fuera son principalmente los objetivos de éste convertidos en productos.

Además de los objetos que salen del sistema en forma de productos, el sistema lleva también fuera a otros productos paralelos a los objetivos; estos casi siempre son información. En el presente contexto por productos entendemos también servicios y, en general, todas las salidas del sistema.

Coordinación o comunicación: Se refiere a la cooperación armónica (armonización) de los diversos elementos del sistema entre si para permitir la realización de los objetivos de éste.

¹⁹ ROGER EVERETT Marc, Ibid, p.64

Retroinformación: es toda aquella información que sale del sistema y vuelve al mismo dando datos sobre los efectos que ésta tuvo como producto sobre el medio ambiente.

Estructura: “Por lo general la estructura de un sistema está dada por el conjunto de sus componentes y la forma como se interrelacionan en el interior del sistema dando forma a los diversos subsistemas. Se refiere a los patrones de relación entre las unidades de un sistema social”²⁰

Funciones: Las funciones del sistema son la serie de actividades que realiza para lograr sus objetivos. Todo sistema desarrolla tres tipos de funciones:

- A) Funciones de producción: son las que realiza el sistema para desarrollar el trabajo y alcanzar sus objetivos de producción; es decir, la transformación de insumos en productos.
- B) Funciones en mantenimiento: son las que se realizan para que el sistema en sí subsista. El desarrollo de estas funciones, tales como fomentar la integración de los elementos que componen el sistema, permiten que éste siga desarrollando los otros tipos de funciones.

²⁰ GOLDHABER Gary, Comunicación Organizacional, Editorial Logos Consorcio, México, 1988, p.62

C) Funciones de innovación: son las que el sistema implementa para renovarse e incorporar elementos nuevos en su interior y en su medio ambiente.

Los límites: Son las fronteras del sistema respecto al medio ambiente, siendo muy importante la definición de estos límites para establecer el suprasistema; es decir, lo que está fuera del sistema pero que lo rodea y le proporciona el contexto de su interacción, el origen de sus insumos y la salida de sus productos. Sin embargo, en los sistemas sociales resulta difícil precisar cuáles son los límites y que, además, estos varían con el tiempo.

Apertura: Es o debe ser una característica de todo sistema y muy especialmente de un sistema social. Un sistema abierto tiene fronteras permeables que permiten las interrelaciones del sistema con el medio ambiente. Como resultado de ello, la estructura, la función y la conducta del sistema abierto están cambiando continuamente.

Un sistema cerrado es aquel **que “tiene fronteras fijas que no permiten ninguna interacción con el medio ambiente. Como resultado de ello, la estructura, la función, y la conducta de los sistemas de esta clase son relativamente estables y predecibles, siempre y cuando sea conocido el arreglo inicial de sus**

componentes. Sin embargo, según Arias Galicia: ningún sistema es totalmente cerrado ni totalmente abierto”²¹

El medio ambiente: “Es la totalidad de los factores físicos y sociales externos a los límites del sistema que son tomados directamente en consideración en la conducta de toma de decisiones de los individuos del sistema”.²² Es el contexto en el cual se da la comunicación externa del sistema con el suprasistema y con otros elementos o sistemas ubicados en éste.

2.2.2 Principios Generales de los sistemas

Todo sistema está regido por diversos principios generales entre los cuales se encuentran los siguientes:

Homeostasis: es el equilibrio entre los insumos que entran y los productos que salen del sistema así como entre todos los componentes estructurales.

A pesar de que se basa en el equilibrio, la homeostasis no implica una concepción estática del sistema sino más bien dinámica. La homeostasis es el principio regulador de todo sistema.

²¹ ARIAS GALICIA Fernando, Administración de los Recursos Humanos, Editorial Trillas, México, 1984, p. 18

²² ROGER EVERETT Marc, Ibid, p.70

Interdependencia: Se refiere a las relaciones existentes entre los diversos elementos del sistema y entre éste y su medio ambiente. Cualquier cambio en una parte del sistema o de los subsistemas tendrá un impacto en todo el sistema.

Entropía: Se refiere a la tendencia hacia el desorden; es decir, la desorganización de un sistema. La entropía se da ante cualquier imposibilidad o dificultad de mantener la estabilidad en la organización de un sistema. La entropía representa el grado de avance de un sistema desde estados probables a estados improbables y, en general, se relaciona en forma inversa con la información: la información disminuye en la medida en que la entropía aumenta. Por consiguiente, a mayor entropía habrá mayor incertidumbre.

La entropía se puede representar de dos formas:

- A) Positiva, a través de la cual los sistemas tienden al caos, el desorden y la incertidumbre.
- B) Negativa, a través de la cual los sistemas tratan de evitar el fin de la destrucción y lograr la supervivencia. En este caso se busca el orden.

Incetidumbre: Según Rogers y Agarwal, este principio se refiere a la “**ocurrencia de un evento en relación con las probabilidades relativas a las alternativas de ocurrencia de dicho evento. La incetidumbre implica una falta de orden, de predictibilidad, de**

estabilidad”²³ En este caso, la información representa una reducción de incertidumbre. A mayor información, menor incertidumbre.

Teología: dentro de los principios generales de los sistemas, cabe destacar que este término –teología- nada tiene que ver con la ciencia que estudia sobre la religión, el Ser Superior y su influencia en la humanidad. Se refiere a la tendencia permanente que tiene todo sistema de dirigirse hacia la consecución de un fin u objetivo.

Equifinalidad: En un sistema hay varios caminos para llegar a un mismo fin; es decir, al objetivo de dicho sistema. Esto implica que todos los elementos del sistema buscarán llegar al estado final aunque sea de manera distinta.

2.3 Institución

“El significado del término institución tiene diferentes connotaciones. Desde el punto de vista sociológico se ha visto que la institución se refiere a los mecanismos a través de los cuales los individuos participan unos con otros en relaciones estructurales más o menos persistentes”.²⁴

Según Fitcher, una institución es **“una estructura relativamente permanente de pautas, roles y relaciones que las personas**

²³ ROGER EVERETT Marc, Ibid, p.64

²⁴ FITCHER Joseph, Sociología, Editorial Herder, Barcelona, 1974, p. 212

realizan según determinadas formas sanciones y unificadas, con objeto de satisfacer necesidades sociales básicas.”²⁵

También bajo esta perspectiva, la institución se puede referir a patrones de comportamiento aprobado que abarcarían la designación de los grupos de personas que realizan este comportamiento.

Otro significado del concepto de institución es el que indica que ésta es la forma establecida o el proceder en la actividad de un grupo y las relaciones que se derivan de ella, como serían el matrimonio, la familia, etc.

Por otro lado, la institución ha sido vista también desde un enfoque jurídico, como **“aquel cuerpo social, que con personalidad jurídica o sin ella está integrado por una pluralidad de individuos, cuyo fin responde a las exigencias de la comunidad y del que derivan situaciones objetivas o estatus que invisten a sus miembros de deberes y derechos.”²⁶**

Una definición que abarca las dos perspectivas anteriores es la que propone Kaplan al afirmar que **“toda sociedad se articula en y por medio de instituciones. Estas son en esencia modelos de relaciones humanas, de distribución y ejercicio de status, funciones y roles, sobre los que se calcan, se estructuran y se formalizan las relaciones concretas de un grupo de individuos**

²⁵ FITCHER Joseph, Sociología, Editorial Herder, Barcelona, 1974, p. 248

²⁶ KAPLAN Marcos, Estado y Sociedad, publicación de la Universidad Autónoma de México, México, 1983, p. 45

mediante su formulación o consagración por la autoridad estatal que les confiere así cohesión, estabilidad, permanencia, inserción en órdenes y niveles más generales, reconocimiento y valorización por otros grupos e individuos”²⁷

Sin embargo, la definición brindada por el antropólogo británico Malinowski lleva a interpretar de cerca de la institución como un hecho o fenómeno de naturaleza eminentemente organizacional. La institución es para él es **“un grupo de personas unidas y organizadas para conseguir un propósito determinado”²⁸**

Así puede verse que las instituciones existen debido a que responden a las necesidades de la sociedad. Los servicios o satisfacciones que las instituciones proveen a las necesidades sociales son la razón de la existencia de las mismas. Dichos servicios o satisfacciones idealmente son provistos a los grupos sociales de una manera organizada; es decir, a través de una serie de actividades realizadas por personas unidas en la consecución de un propósito. Por consiguiente, puede decirse que las instituciones son sistemas organizacionales creados para y legitimados por la satisfacción de las necesidades de los grupos. De aquí que las funciones de las instituciones no son otras que las encaminadas a obtener un propósito o meta que se identifica con la satisfacción de una o algunas necesidades sociales, según sea el caso.

²⁷ Enciclopedia Jurídica “Omeba”, Tomo XVI, Buenos Aires

²⁸ Enciclopedia “Británica”, Vol V., Editorial Benton, Chicago, 1992

Estas necesidades abarcarían desde las fisiológicas, hasta las de autorrealización. También abarcan las de tipo social, como serían las de preservación de los grupos, y las encaminadas a la consecución de los fines (teleología) que son propias de todo sistema.

2.3.1 La institución como sistema

En función de la conveniencia que ofrece la teoría de sistemas para analizar cualquier estructura social, incluyendo una institución, así como sus elementos constitutivos, sus funciones y procesos, sus relaciones y demás aspectos, se parte de ella para explicar en sus términos a la institución como sistema organizacional social.

Desde este enfoque teórico definimos a la Institución como un sistema social que mediante la utilización de recursos **(insumos)** actúa **(transformación)** coordinadamente **(equilibrio, interdependencia, retroinformación, entropía y manejo de la incertidumbre)** para la consecución de los objetivos **(productos)** para los que fue creada.

La institución es un sistema que forma parte de un sistema mayor o suprasistema, el cual constituye su medio ambiente político, económico, social específico. A su vez el suprasistema está contenido en un macrosistema representado por la sociedad en general. Por su parte, la institución está constituida por diversos subsistemas que son,

por ejemplo, todos los departamentos de la organización, y por numerosos componentes que son los individuos que la integran.

La institución como sistema social es considerada como un sistema abierto, el cual tiene fronteras permeables que permiten las interrelaciones del sistema con el medio ambiente. Como resultado de ello, la estructura, la función y la conducta del sistema abierto está cambiando continuamente". Esto significa que la institución es dinámica ya que interactúa constantemente con su medio ambiente a través de los insumos que recibe de él y de los productos que sobre él descarga.

Cada institución tiene sus propios límites con respecto a su medio ambiente, ya que lo que se entiende por éste se delimita en función de la naturaleza del sistema (estructura, funciones y objetivos), y del nivel de análisis que se emplee.

Así por ejemplo, el medio ambiente de una institución ubicada en un pueblo será, a nivel inmediato de suprasistema concebido en un plano social, la localidad misma; a un siguiente nivel, la provincia, el estado o región; un tercer nivel, el país y así sucesivamente.

En el mismo caso, pero concibiendo el suprasistema en un plano distinto como el gubernamental, el suprasistema de la institución de este ejemplo sería, en un primer nivel, el ministerio del cual depende; en un segundo nivel sería el gobierno nacional, etc. El ambiente común a todas las instituciones es el macrosistema social en el cual se dan.

En una institución las entradas o insumos son los productos, servicios o información que ésta obtiene del exterior para poder funcionar, transformándolos en productos o servicios que devuelve al medio ambiente. La retroinformación está constituida por las reacciones que estos productos generan en la gente u otras instituciones o elementos del suprasistema que, a su vez, la institución recoge y que le permiten evaluar sus actividades y tomar decisiones para su subsiguiente funcionamiento.

Principios de la Teoría de sistemas aplicados a la institución

Los principios que rigen a todo sistema se aplican a la institución de la siguiente manera:

Homeostasis: en la institución el equilibrio se mantiene dinámicamente entre sus diversos insumos (materia prima, información, recursos humanos, entre otros) y sus productos terminados (objetivos alcanzados, servicios que presta, información que proporciona, etc), así como entre sus diversos elementos estructurales (como serían sus distintos departamentos, su personal, etc).

Interdependencia: la institución afecta al medio ambiente a través de sus productos y se ve afectada por este a través de la retroinformación. Igualmente, todos los distintos elementos

estructurales de la institución dependen unos de otros para mantener la necesaria homeostasis y alcanzar sus objetivos.

Entropía: en la institución, la entropía positiva es el conjunto de todos los problemas que obstaculizan su desarrollo y le impiden lograr sus objetivos. Ejemplos de ellos podrían ser sus problemas laborales, escasez de materia prima, inestabilidad política del país, inflación, etc. Por el contrario, la entropía negativa serán todos los esfuerzos que realiza la institución para evitar su destrucción y lograr sobrevivir, es decir, el conjunto de todos sus esfuerzos y acciones adaptativas.

Incertidumbre: En la institución la incertidumbre es un estado de inquietud que se produce al existir carencias de información. Si se disemina información que corresponda a las necesidades de la institución y de su medio ambiente habrá menos incertidumbre en ambos.

Teleología: cada institución dirigirá sus esfuerzos hacia la realización de un propósito o meta previamente establecida. Toda institución existe en función específica de un fin o propósito particular para el cual fue creada y dedicará toda su actividad, independientemente del nivel de eficiencia con el cual la lleve a cabo, a alcanzar dicho propósito. Así, por ejemplo, una institución escolar está teleológicamente orientada a la consecución del objetivo manifiesto de impartir educación formal

entre una colectividad de alumnos y del objetivo latente de socializarlos dentro de cierto marco de valores.

Equifinalidad: cada departamento (subsistema) o miembro (componente) de la institución busca y puede llegar al mismo objetivo a través de la realización necesaria de distintas funciones y actividades o de las mismas funciones y actividades, pero de manera diferente. En el ejemplo anterior de un institución educativa, el objetivo de impartir educación formal con cierto afecto en los alumnos será alcanzado por distintos maestros aun cuando utilicen filosofías y técnicas educativas también distintas.

Igualmente a este objetivo contribuirán por igual los maestros que realizan actividades de apoyo sin las cuales el aspecto formal del proceso educativo sería sumamente difícil.

2.3.2 Distintos tipos de instituciones

La estructura social está integrada por instituciones y órdenes institucionales de muchos tipos diferentes, tales como el económico, político, militar , familiar, religiosos, etc; así como por sus articulaciones e interacciones.

Existen, al respecto, tantos criterios de clasificación como puntos de vista. Básicamente se las puede clasificar en dos; privadas y públicas.

Las instituciones privadas

Son todas aquellas que pertenecen en propiedad a sectores no gubernamentales. Generalmente son lucrativas; es decir, tienen como fin principal el generar para sus propietarios beneficios económicos. No obstante existen también instituciones privadas no lucrativas que son creadas con fines sociales, educativos, humanitarios, políticos.

Dentro de estas se encuentran las organizaciones no gubernamentales, (ONG's) que son organismos conformados por la sociedad civil. Su origen se debe fundamentalmente a la necesidad de lograr objetivos comunes y donde el Estado no tiene injerencia.

En Ecuador como en otras partes del mundo las ONG's han adquirido gran importancia. El trabajo de estos organismos han rendido frutos en diferentes aspectos, en la vida política, económica y social.

Es tan amplia la actividad de las ONG's, que se puede decir que los beneficios que recibe la sociedad son muchos.

Las instituciones públicas

Son aquellas que pertenecen a la nación y son administradas por el gobierno. Se caracterizan por el ejercicio de las actividades que el gobierno requiera realizar para la gestión del bien común. Cada institución realiza funciones diversas que la llevan a alcanzar objetivos propios. Estos objetivos varían según la razón por la que cada institución fue creada. Sin embargo, independientemente de los

objetivos propios que cada una persigue (ejecutivos, de vigilancia, etc.) el conjunto de las instituciones públicas (que constituyen el gobierno) tienen como objetivo primordial el de colaborar en la consecución del bien común. Esta meta se identifica a nivel de cada país con el concepto de desarrollo nacional.

Existen numerosas variaciones en cuanto al concepto de “instituciones públicas”. Algunos les llaman “instituciones de gobierno”, otros “instituciones políticas”, y hasta “administración pública”. Sin embargo, todos estos conceptos implican la gestión del bien común con miras al desarrollo nacional.

Según Jiménez Castro, **“la administración pública es la actividad administrativa que realiza el Estado para satisfacer sus fines, a través del conjunto del gobierno y de los procedimientos que llevan a cabo los otros órganos y organismos del Estado”**²⁹

Distintos tipos de instituciones públicas

En función a sus objetivos específicos se podrían clasificar de la siguiente manera:

- Instituciones que disponen de una producción o servicio destinado a la venta, tales como la que explotan y distribuyen recursos naturales como petróleo (gasolina o sus derivados) y energía eléctrica, o ciertos servicios (teléfono). Se les suele llamar empresas públicas.

²⁹ JIMÉNEZ CASTRO Wilburg, Administración Pública para el desarrollo integral, Editorial F.C.E, México

- Instituciones que prestan gratuitamente algún servicio público, tales como instituciones de salud pública, seguridad social y educación nacional, entre otras, son instituciones de servicio social.
- Instituciones que ejercen alguna presión o control sobre los individuos, tales como las policiales, militares, las que cobran impuestos, son instituciones coercitivas.

Independiente de sus objetivos específicos, las instituciones públicas, en general, son los medios de los que el Estado, a través del gobierno, se vale para realizar sus funciones y alcanzar su objetivo de bien común.

2.4 Públicos

Otro de los elementos que componen la definición de comunicación organizacional es el concepto de “públicos”, que en su acepción más general, implica un conjunto de individuos unidos entre sí temporal o permanente, en función de un interés común.

Para Mac Quail este interés común es la discusión de un acontecimiento público y señala: **“el público consiste en un grupo de personas que se nuclean de manera espontánea alrededor de una discusión acerca de algún acontecimiento público y llegan a una**

decisión u opinión colectiva”. ³⁰Esta definición añade a la anterior de carácter más general la especificación de un objetivo concreto; en este caso el acontecimiento público y la toma de postura con respecto a este, manifiesta a través de la conformación de una “opinión colectiva”. En el caso de la definición de la comunicación institucional que nos ocupa, la institución constituye el interés común que une al público; la toma de postura estará dada por las opiniones, actitudes y conductas de los miembros del público con respecto a la institución.

El interés particular o razón específica que motiva la formación del grupo varía de público a público y determina la distancia e interconexión entre los miembros del mismo. Por ejemplo, la distancia entre los individuos empleados de una institución, será menor y su interconexión será mayor que entre los proveedores de esa misma institución, siendo ambos públicos de esta.

Para Cutlip y Center **“los públicos de las relaciones públicas son los grupos que, teniendo intereses comunes, resultan afectados por los actos y la política de una institución determinada, o cuyos actos y opiniones afectan a tal institución”**³¹

Los públicos de la institución constituyen todos aquellos individuos o sistemas sociales que están vinculados en menor o mayor grado a la

³⁰ MAC QUAIL Denis, Sociología de los Medios Masivos de la Comunicación, Editorial Piados, Buenos Aires, 1990

³¹ CUTLIP Sussan, Relaciones Públicas efectivas, Prentice Hall, New Jersey, 1989

institución dado que la afectan, son afectados por ella, o esta afectación es mutua, en función del logro de los objetivos de ambos.

Los públicos de la institución pueden ser clasificados como intra y extra institucionales en función de su ubicación respecto a la misma.

2.4.1 Públicos internos y el sistema de comunicación institucional

Los públicos internos están formados por las personas que se encuentran directamente vinculadas a la institución en virtud de que la constituyen a manera de componentes individuales. Estos públicos se ubican, por lo tanto, en lo que pudiera concebirse como el interior de la institución.

El vínculo que se establece entre la institución y estos públicos es muy fuerte ya que el grado de dependencia mutua que se da entre ellos y la institución es muy alto. Esta dependencia proviene del hecho de que la institución requiere de sus componentes individuales para: 1) el logro de sus objetivos y 2) en última instancia para su misma supervivencia como sistema.

Por su parte, los componentes individuales de un sistema, o públicos internos, satisfacen a través de su trabajo en la institución, toda una serie de necesidades individuales que van, según la escala de Maslow, desde las fisiológicas, hasta las de auto-realización personal.

Esta fuerte inter-dependencia entre el sistema “institución” y sus partes se constituye de alguna manera en el origen y la razón de ser de la relación entre ambos, y da lugar a la necesidad de mantenerla y optimizarla.

Por ser un sistema constituido para el logro de ciertos objetivos, la institución requiere, para el desarrollo de sus funciones de producción, mantenimiento e innovación, de una coordinación o armonización de los intereses de todos sus componentes. Esto es lo que permitirá a dicho sistema efectuar óptimamente sus funciones y como resultado de ello alcanzar los objetivos para los que fue creado. De no darse esta coordinación, los componentes individuales del sistema actuarían en forma desorganizada y aun caótica, se generaría seguramente duplicación en sus funciones y en consecuencia se obstaculizaría el logro de los objetivos del sistema.

Esta labor de coordinación corresponde al sistema de comunicación institucional, entendido como un sub-sistema-coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y ,a través de ello, contribuir al desarrollo nacional. Este sistema tiene como una de sus funciones esenciales la de lograr la armonización de los intereses de la institución con los de sus diversos públicos, lo cual será posible en la medida en que la institución, a través de su sistema de comunicación institucional,

determine la ubicación de sus componentes individuales, sus características y necesidades.

Otro tipo de información que el sistema de comunicación institucional requiere para desarrollar adecuadamente su labor coordinadora es la referente a los objetivos que tanto la institución como sus públicos persiguen al vincularse entre sí. Esta información permitirá al sistema determinar las expectativas de la institución y de sus componentes individuales con respecto a la relación que se establece entre ambos y orientar así dicha relación en un sentido conveniente lo mismo para la institución que para sus públicos internos. La afectividad de la comunicación ente la institución y sus públicos internos dependerá en gran medida de que exista entre ellos una relación satisfactoria. Esta a su vez, se dará cuando las necesidades de los componentes individuales; es decir, de sus públicos internos, sean satisfechas.

Tipos de públicos internos

Los públicos internos de una institución están constituidos por todas las personas que forman parte del sistema a manera de componentes individuales de su estructura. Por formar parte de dicha estructura, los públicos internos representan a la institución frente a su medio ambiente.

En función de nivel jerárquico de autoridad y responsabilidad que cada componente individual ocupa en la estructura del sistema pueden distinguirse dos tipos de públicos internos: los directivos o jefes y los empleados en general o subordinados. Evidentemente, estas clasificaciones no son mutuamente excluyentes ya que una persona puede ser simultáneamente jefe y subordinado. Sin embargo, para efectos prácticos se le puede considerar como lo uno o como lo otro según el punto de vista que se adopte y los objetivos que se persigan.

Los directivos son las personas que deciden las políticas generales a seguir en todos los terrenos y cuya influencia afecta a cada fase de la actividad de la institución y a cada uno de sus públicos. Los empleados en general, son los demás componentes individuales del sistema que son quienes concretamente realizan el trabajo determinado por los directivos.

2.4.2 Públicos externos y el sistema de comunicación institucional

Los públicos externos o extra- institucionales son aquellos individuos o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo del sistema institución y que lo afectan y/o son afectados por él en mayor o menor grado, en función del logro de los objetivos de ambos (institución y públicos).

La importancia de la comunicación institucional externa, es decir, la que se da entre la institución y sus públicos externos, radica en que es a través de ella que la institución entra en contacto con su medio ambiente. Es precisamente de este medio ambiente de donde la institución obtiene los insumos necesarios para el desarrollo de sus funciones. Mediante la comunicación institucional externa el sistema institución transforma los insumos de información en productos de naturaleza comunicativa y los devuelve al medio ambiente para lograr la coordinación de los objetivos de la institución con los de sus públicos externos.

La armonización de los intereses de la institución con los de sus públicos externos será la que permitirá el logro de los objetivos de ambos y a través de ello la consecución del desarrollo nacional. A su vez esta armonización de intereses será posible en la medida en que la institución, a través de su sistema de comunicación institucional conozca a sus públicos externos, determinando su ubicación sus características, sus necesidades, etc.

La armonización de intereses implica ubicar tanto las áreas comunes de interés como los puntos de fricción potencial para orientar la relación entre la institución y sus públicos, enfatizando las primeras y minimizando los segundos.

2.4.3 La imaginación extra-institucional y la imagen de la institución

La imagen de la institución frente a sus públicos externos; es decir la representación mental cognitiva-afectiva que estos públicos tengan de la institución, es en gran medida producto de la calidad de la relación que se establece entre ambos. Debido a que dicha relación se produce fundamentalmente a través de la comunicación externa, puede decirse que ésta influye en la calidad de la relación, y por ende, en la imagen que de la institución se forme en estos públicos externos. A su vez, la imagen de la institución en estos públicos crea expectativas al respecto de las relaciones o contactos posteriores entre ambos. Es decir, si un público externo tiene una imagen favorable de la institución percibiéndola como una entidad servicial y eficiente, dicho público esperará que esta se comporte servicial y eficientemente. Si esto no sucede, lo más probable es que se modifique la imagen favorable de la institución frente a este público. De la misma manera si algunos públicos externos tienen una imagen desfavorable de la institución, este hecho afectará las relaciones y contactos posteriores que estos tengan con la misma. Para modificar esta percepción tendrá que recurrirse a estrategias propositivas de cambio de imagen.

Tipos de públicos externos

Los públicos extra-institucionales son de dos clases: públicos generales y públicos específicos. Los públicos generales están constituidos por la comunidad nacional e internacional, ubicadas a nivel del macrosistema social de la institución, con los que ésta entra en contacto aunque en forma mediatizada por los públicos específicos. Los públicos específicos son los individuos y sistemas sociales externos vinculados en un alto grado y directamente a la institución en virtud del logro de los objetivos específicos de ambos y que forman parte del suprasistema, o medio ambiente de la institución.

Públicos externos generales:

A nivel del macrosistema sociedad encontramos que, el conjunto de todas las instituciones públicas tiene como público a la comunidad nacional (integrada por todos los habitantes del país en el que se localizan estas instituciones públicas) y la comunidad internacional (integrada por todos los demás países). Estos públicos, denominados públicos generales, establecen una relación con la institución en forma mediatizada; es decir, los públicos generales, o sea la comunidad nacional e internacional se manifiestan frente a la institución entrando en contacto con ella a través de lo que se conoce como el fenómeno de la “opinión pública” y a través también de los propios públicos específicos, particularmente de los medios de comunicación colectiva.

Esta relación es mucho menos explícita que la de la institución con sus públicos específicos; es decir, existe una menor conciencia por ambas partes de la necesidad de vincularse y del tipo de vinculación que se establece entre ellos. Debe señalarse que los componentes individuales de los públicos generales indirectamente vinculados a la institución pasan a formar parte de sus públicos específicos cuando establecen un contacto directo con esta.

Los públicos externos específicos:

Los públicos externos específicos se encuentran a nivel del supra-sistema o medio ambiente inmediato de la institución.

Estos son todos los individuos y sistemas sociales vinculados en un alto grado a la institución en virtud de un motivo de relación que los lleva a lograr los objetivos de ambos. Los públicos externos específicos tienen con la institución una relación directa; es decir, sus componentes individuales entran en contacto no mediatizados con los componentes individuales de la institución; y una relación explícita, es decir, ambos están conscientes de que se vinculan por un motivo y de cuál es el motivo que los lleva a vincularse. A su vez, los motivos de contacto de los públicos externos específicos son los que permiten clasificarlos en: clientes, o todos aquellos consumidores del producto o usuarios del servicio que brinda la institución, sean estos individuos o instituciones públicas o privadas; proveedores, que son todos aquellos que

proporcionan al sistema los insumos necesarios para el desarrollo de sus funciones; la localidad, es decir, la comunidad ubicada en el medio ambiente territorial más inmediato a la institución; otras instituciones públicas, que son aquellas con quienes entra en contacto a través del desarrollo de sus funciones, y los medios de comunicación de gran alcance (medios de comunicación colectiva), que son los que en mayor medida vinculan a la institución con sus públicos generales.

Los públicos externos específicos de la institución, además de su vinculación directa con la misma, son mediatizadores de la comunicación entre esta y sus públicos generales.

La práctica de la comunicación institucional con los públicos externos específicos se encuentra determinada, además por los motivos de contacto de los públicos específicos con la institución, por el tipo de productos y/o servicios que brinda la institución. Ambas situaciones presentan características particulares que afectan la imagen que cada institución proyecta en cada uno de sus públicos externos específicos.

2.5 Relaciones Públicas

Concepto

Se trata de la filosofía de organización que se traduce en una serie de acciones de comunicación, generalmente de carácter informativo, cuyo

objetivo general es crear o modificar actitudes, creencias o conductas del público objetivo. Un público objetivo que puede ser físico (una persona) o jurídico (una empresa). Según el instituto de relaciones publicas, se trata del esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutua entre la organización y su público.

2.5.1 El alcance de las Relaciones Públicas

Las operaciones de las relaciones publicas tienen su alcance en cualquier esfera de la vida de los negocios y las instituciones sociales.

1. Gobierno
2. Negocios e industrias en general: pequeña, mediana, grande; a nivel local e internacional
3. Asuntos de orden social y comunitario
4. Instituciones educativas, universidades, institutos
5. Hospitales
6. Obras de beneficencia
7. Asuntos de orden internacional que afecten a las empresas o a los estados.

2.5.2 Objetivos principales de las RRPP

- Consolidación y proyección de la imagen de la organización
- Generar opinión pública
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
- Publicidad institucional de la empresa
- Afianzamiento del factor humano
- Servir de apoyo al área de comercialización
- Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa
- Difusión a nivel de prensa
- Ceremonial y protocolo.
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores.
- Prevenir conflictos y malas interpretaciones.
- Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social.

2.5.3 Dimensiones de las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas abarcan una serie de actividades que las podemos clasificar en:

- Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión.
- Campañas de imagen corporativa.
- Comunicación y promoción.
- Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis.
- Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.
- Investigación de opinión y de mercados
- Organización de eventos: congresos, conferencias de prensa, etc.
- Programas integrales de comunicación interna.
- Programas integrales de relaciones públicas, comunicación corporativa y organizacional.
- Producción de piezas de comunicación interna y externa, revistas para empleados, informes anuales, folletos corporativos, etc.
- Relaciones con la comunidad.

- Relaciones con medios de comunicación
- Servicios de información (síntesis y análisis)

2.5.4 Canales de comunicación para las Relaciones Públicas

Para lograr que el mensaje de relaciones públicas llegue a sus destinatarios, una organización dispone básicamente de tres canales de comunicación:

El primer canal

Las notas de prensa o reportajes acerca de la empresa. Estos elementos se utilizan cuando se requiere enviar un mensaje de comunicación masiva al auditorio en cuestión.

El encargado de las relaciones públicas de la Estación de Servicio prepara estos documentos a fin de que las cadenas de televisión u otros medios masivos den a conocer la información.

El segundo canal

Las comunicaciones a un auditorio en grupo, estas pueden tomar la forma de conferencias de prensa, recorridos para reporteros en las instalaciones de la Estación de Servicio, folletos impresos de la empresa o pláticas a asociaciones civiles y profesionales.

El tercer canal

Las comunicaciones personales, en este caso, directivos de la empresa llevan a cabo actividades de cabildeo con funcionarios gubernamentales o el personal del área de relaciones públicas para que se logren menciones de la Estación de Servicio en radio o televisión, forjando relaciones estrechas con locutores y directivos de los medios masivos de comunicación.

2.5.5 Características de las Relaciones Públicas

Alta credibilidad

Los artículos o notas informativas resultan más creíbles para los consumidores que los anuncios.

Fuera de guardia

Las relaciones públicas pueden alcanzar a muchos prospectos que pueden haber evadido a los vendedores y anuncios. El mensaje es recibido por los consumidores como noticias no como una comunicación de ventas.

Dramatización

Las relaciones públicas tienen, como la publicidad, un potencial para dramatizar un producto o compañía.

Bien manejadas, las actividades de relaciones públicas pueden servir

de excelente respaldo y complementar los esfuerzos de publicidad y de la venta personal de la Estación de Servicio. Normalmente la publicidad no pagada cuesta mucho menos que la publicidad o la venta personal, porque se obtienen muchos espacios y tiempos gratuitos en los medios de comunicación. Como ventaja adicional, su nivel de credibilidad es mucho mayor al de la publicidad, esto se debe a que el medio es el que da el anuncio en forma de noticia o reportaje y el público que lo lee percibe que la empresa mencionada no compró un anuncio publicitario.

Un mensaje que aparece en forma de artículo o editorial en los medios impresos tiene mayores probabilidades de ser leído que si aparece como un anuncio pagado por una compañía. El público lector no siempre lee los anuncios, pero sí se interesa por las noticias y los editoriales.

2.5.6 Limitaciones de las Relaciones Públicas

- La empresa tiene poco o nulo control sobre lo que se dice en un artículo de prensa o en una noticia televisiva.
- No existe ninguna garantía de que el mensaje aparezca en la radio, televisión o los medios impresos. Es posible que los medios de comunicación consideren que el mensaje no tiene suficiente interés para darlo a conocer.

- Una empresa no puede controlar cuándo se difundirá el mensaje y tampoco existe la posibilidad de repetición de los anuncios.

- La publicidad "no pagada" no es en absoluto gratuita, a pesar de que no existen costos por los tiempos y espacios logrados, el tener personal que se dedique a esta función o el contratar una agencia especializada puede resultar costoso.

2.5.7 Modelo Histórico en las Relaciones Públicas

Para entender cómo aparecen las Relaciones Públicas dentro de la historia se debe primero tener en cuenta el concepto de comunicación corporativa, que bien podría dar este la partida para su apareamiento. Este es el conjunto de actividades (entre ellas la publicidad) que se combinan entre sí con el único fin de proyectar hacia dentro y hacia fuera la imagen de la empresa, por lo que habrá comunicación interna y externa. La propia institución será la encargada de transmitir los mensajes.

El corporativismo surge en la Edad Media y su forma de comunicación era la "marca heráldica", cuyo objetivo era proteger los territorios productivos y mercantiles para conseguir así que otras agrupaciones no lo invadiesen.

Era una forma de evitar la competencia y auto defenderse. La marca heráldica sería asimilada por el grupo artesanal y sería la primera garantía de origen que tendrían los productos, ya que el consumidor, desde el momento en que pudiera identificar el producto con el fabricante, podría reclamar.

A la marca heráldica se le sumaría además el control estatal. Aunque aún no se puede hablar de marca como tal, por no estar registrada.

En el siglo XVII se proclama la libertad de comercio y la industria se encuentra en los albores de la I Revolución. Desaparecen las corporaciones y los gremios provocando la desaparición de las marcas distintivas y las obligatorias.

La libertad de comercio trae consigo la marca individual, que al no estar aún registrada, produce abusos e imitaciones y hace que los comerciantes exijan la propiedad industrial y las patentes de explotación.

El fin de estas exigencias era proteger al empresario y a su producto. La marca se convierte en un elemento estratégico que tendrá cada vez mayor importancia según vaya aumentando la competencia. Esta marca traerá consigo un nuevo concepto: la imagen de marca.

En el siglo XIX, la marca comercial e industrial estará compuesta por imágenes y textos, ilustraciones y elementos retóricos o también escenas representativas de una determinada acción. Esto será el elemento identificador o marca.

A finales de siglo, los comerciantes ambulantes norteamericanos harán fortuna con la medicina de patente. Al no estar registrada su fórmula, los vendedores registrarían la marca del remedio, por lo que serían los primeros anuncios corporativos que poco más tarde se convertirían en la fuente de ingresos más importante de la prensa.

Durante las dos últimas décadas del siglo XIX las sumas invertidas en publicidad son extraordinarias gracias al dinero que el fabricante comienza a recibir. Se forman las primeras empresas americanas, que serán también las primeras en reconocer el poder del mensaje persuasivo y del logotipo como elementos identificadores de su producto.

Por primera vez en la historia y gracias a la publicidad, sus productos se convierten en un atractivo social y la venta de imagen supera a la venta del producto, lo que hoy en día continúa. La marca identifica al producto y el consumidor se identifica con los atributos que se le den al producto.

A las tradicionales etiquetas que acompañan al producto se le añaden elementos gráficos que asumirán el concepto nuevo de identidad e información persuasiva. A esto se le sumará la emotividad de la imagen.

En el momento en que esa etiqueta o cartel tiene éxito, esa marca se convierte en identificadora de la empresa. Se trata del antecedente de la marca actual.

Será en la mitad del siglo XX cuando la marca consiga autonomía gráfica y quede como la marca actual. En ello intervienen además la II Revolución Industrial y el desarrollo de la producción en serie seguida de la producción masiva. Gracias a la revolución de los transportes, la distribución aumenta vertiginosamente en Europa y América. Todos estos factores unidos conducirán a lo que hoy conocemos como marca. La marca actual ha vendido y vende productos en el mercado de compra/venta, pero también los alaba y elogia en el mercado de la comunicación.

En el mercado de productos, la empresa se caracterizaba por la facturación, la cuota de mercado y por la variedad de los productos que ofrecía. En cambio, en el mercado de la comunicación, la empresa aparece como un nombre y será el producto o la marca el intermediario para llegar al público objetivo. Por esto, en el mercado de la

comunicación, además de competencia entre productos, habrá competencia entre empresas. A partir de la primera mitad del XX, la marca se convierte en la señal de identidad y desde ese momento, las relaciones van a girar en torno a la empresa (no al producto). Y más que en torno a la empresa, en torno a la marca. La identidad corporativa está compuesta por la identidad visual (la marca), la identidad verbal (el logotipo) y la filosofía de empresa.

2.5.8 Necesidades básicas para el ejercicio de las RRPP

- **Libertad política** entendida como la ausencia de trabas o impedimentos que limitan la libertad de expresión de la voluntad de los ciudadanos.

- **Pluralidad partidaria:** régimen de libertad y la posibilidad real de ejercer el derecho a plantear alternativas de acuerdo con las reglas democráticas.

- **Situación económica-social:** debe ser la adecuada (capitalismo y democracia).

Sin todos estos requisitos no se puede hablar de RRPP como filosofía de gestión.

Si el concepto actual de democracia reside en la coincidencia entre libertad y justicia por el máximo posible de adhesiones, el concepto

clave de RRPP reside en que el interés público (ciudadano-consumidor) encuentre la satisfacción óptima en un determinado tipo de comportamientos por parte de los organismos que componen la sociedad.

El modelo político está ligado al concepto de masa, y entonces es necesario buscar las fuentes de las RRPP en los fenómenos de masificación.

Hasta los años 40 no surgen las características que determinan la sociedad actual y el proceso de masificación se identifica con el paso cada vez más rápido de la sociedad agrícola artesana a una sociedad industrial distributiva. En aquellos sistemas en los que no se permite ni se tolera el diálogo, las RRPP no existen, y ese es un motivo por el cual el modelo de RRPP es un modelo del campo de la comunicación.

2.5.9 Relaciones Públicas y Comunicación

La comunicación ha sido vista por las relaciones públicas como un instrumento fundamental a utilizar para la consecución de sus objetivos. Sin embargo, este planteamiento parte de una definición limitada del concepto de comunicación, en su sentido más amplio, incluye a “relación” precisamente como una forma de comunicación entre la fuente o emisor y el receptor.

Si sustituimos en el modelo del proceso de comunicación los elementos del proceso de relaciones públicas, identificando a la institución como fuente, a la relación como medio, al público como receptor y a su respuesta a la relación como el medio- canal- retroinformación, queda bien claro que se trata de un proceso de comunicación con todos sus componentes.

Así, los términos empleados pueden invertirse, entendiéndose a la relación (la suma del medio y del mensaje) como el componente fundamental, del proceso de comunicación entre la institución y sus públicos.

Al hacer esta conversión, la comunicación en las relaciones públicas, empieza a ser vista como proceso y por lo tanto, no puede delimitárselo como a un concepto estático como sería el del establecimiento de la relación. Bajo esta perspectiva, al termino “establecimiento”, habremos de añadir el adjetivo “propositivo”. De esta manera el “establecimiento propositivo”, que es uno de los objetivos del proceso de comunicación de las relaciones públicas, implica una legitimación de un vínculo que ya de alguna manera existía explícita o implícitamente. Visto de esta forma, el proceso de comunicación de relaciones públicas, tiene como objetivos legitimar, mantener y optimizar este vínculo, o relación, constituido por todos los contactos, de cualquier índole que tengan lugar entre la institución y sus públicos.

En consecuencia, es evidente que la labor de este proceso no es de tipo cosmético; es decir, no se realiza para arreglar o componer problemas de relación. Consiste en una función de mantenimiento fundamental de las relaciones y por lo tanto de la subsistencia de cualquier sistema u organización que implica la interpretación (investigación), racionalización (planificación), ejecución o supervisión de la ejecución y re- interpretación (evaluación) de todas las actividades de enlace (contactos entre la institución y sus públicos). Estas actividades se constituyen de alguna manera en etapas del proceso de comunicación entre la institución y sus públicos.

2.6 Identidad Corporativa

La identidad corporativa transmite símbolos de identidad que diferencian a la empresa de la competencia. Se expresa a través de cualquier forma de comunicación: medios gráficos, verbales, culturales, entre otros. Si la marca no coincide con el nombre de la empresa, no coincidirá la imagen de una con la de otra.

La identidad corporativa de una empresa es el resultado de la síntesis de todas las acciones de comunicación en los distintos niveles (en publicidad y en RRPP).

La identidad de una organización es la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su

propia identidad. Por consiguiente, es algo único. La identidad incluye el historial de la organización, sus creencias y su filosofía, el tipo de tecnología que utiliza, sus propietarios, la gente que en ella trabaja, la personalidad de sus dirigentes, sus valores éticos y culturales y sus estrategias. Puede proyectarse o comunicarse por medio de programas de identidad corporativa; pero la identidad es muy difícil de cambiar, ya que constituye el verdadero eje en torno al que gira la existencia de la propia organización. Empresas prestigiosas que han alcanzado un gran éxito, tienen identidades bien definidas, que son el resultado de ideas y valores que han mantenido durante largos años y que están profundamente arraigados.

2.7 Imagen corporativa

La imagen es el conjunto de representaciones mentales que surgen en el público objetivo al recibir cualquier mensaje por parte de una institución / empresa. La imagen de una empresa es un valor relativo que va a diferenciarse según los públicos. La imagen la crea el público en su mente y por tanto, es un valor relativo, no absoluto. No sólo es lo que percibimos nosotros como público objetivo, sino la imagen que percibe la competencia directa, por lo que la imagen de marca es el conjunto de percepciones, de asociaciones, de recuerdos y de prejuicios que el público va a procesar.

La imagen corporativa no es mas que la que un determinado público percibe sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido. Por lo general, cualquier organización entiende que sólo comunica algo cuando quiere hacerlo, pero desgraciadamente, el fracaso de muchas empresas en el control de sus comunicaciones da lugar a la generación de imágenes confusas de sí mismas.

El público recibe continuamente mensajes transmitidos de manera intencionada y no intencionada, lo cual resta credibilidad a aquellas formas de comunicación más susceptibles de control, como las campañas de publicidad y las relaciones públicas diseñadas para crear la imagen más idónea de la organización. En este sentido, la imagen "idónea" es la que ayuda (en vez de oponerse) a la estrategia corporativa.

Es importante recordar que mientras una marca se dirige a un determinado público, la compañía tiene públicos muy heterogéneos, entre los que figuran dirigentes sindicales, clientes, proveedores, accionistas, analistas de mercado y empleados, cuyas expectativas suelen ser distintas de las de la organización.

Estructuras

Cuando las compañías tienen una estructura sencilla, el principal papel de un programa de identidad corporativa es determinar el estilo de la organización y transmitirlo mediante un sistema eficiente de comunicaciones. A medida que las estructuras se van tornando más complejas, el programa de identidad no sólo tiene que determinar el estilo de un número de operaciones potencialmente desiguales, sino que tiene que garantizar que se produzca el equilibrio correcto entre la identidad de la empresa matriz y las de sus unidades operativas y las marcas de estas últimas. Ese punto de equilibrio vendrá dado por aquello que constituya la ventaja competitiva de la empresa.

Estructuras visuales:

La estructura visual es la que la organización presenta al mundo exterior. Muestra las interrelaciones que existen entre los distintos elementos que componen la organización y puede variar enormemente. Los tres tipos de estructura visual son: la identidad unitaria, la identidad basada en marcas y la identidad diversificada. Estas estructuras vienen determinadas por razones históricas, por la estrategia adoptada y por la elasticidad de las marcas de la empresa.

Identidad unitaria

Se da cuando una organización adopta un nombre para toda su estructura. Tiende a producirse cuando la empresa es nueva, cuando opera en un área de productos muy definida o cuando bien el nombre de la empresa tiene prestigio y la dota de elasticidad. Las empresas de este tipo tienden a expandirse desde dentro, en el lugar de hacerlo por medio de adquisiciones, aunque existen excepciones a esta regla.

Identidad basada en las marcas

En este caso la compañía opera por medio de una serie de marcas que no parecen estar relacionadas. Este es el caso típico de las empresas que operan en el áreas de los bienes de consumo extremadamente móviles. Existen empresas que mantienen separadas su personalidad corporativa de la de sus marcas. La ventaja radica en que cualquier empresa puede lanzar al mercado una marca que compita con las suyas sin que el consumidor se dé cuenta, lo que permite a la compañía en cuestión segmentar los mercados de la forma que le sea favorable. Si un producto fracasa (algo que se da con excesiva frecuencia en el campo de los bienes de consumo extremadamente móviles), el fracaso no se relaciona directamente con la empresa matriz. De esta forma se reducen las probabilidades de que la personalidad de una marca importante se confunda con la de la empresa, dado que el protagonismo se centra en la marca. No

obstante, también existen problemas en el sistema de identidad basada en marcas. No se obtienen economías en las comunicaciones, ya que los consumidores no asocian un producto de una marca con otro, y no se crea fondo de comercio alguno cuando se lanza un nuevo producto, puesto que se desconoce quién será el consumidor.

Identidad diversificada:

Este tipo de identidad es muy frecuente entre las empresas que empezaron por desarrollar una marca central, y luego, por adquisiciones o nuevos proyectos, se diversificaron hacia otros mercados. La estructura normal consiste en que una de las unidades que forman la empresa reciba el nombre de la sociedad de control, y que las otras mantengan sus identidades o se limiten a recibir el apoyo del holding.

El lado positivo de este método radica en las posibilidades que ofrece a la compañía de equilibrar las ventajas de una única identidad con las que se derivan de contar con varias compañías operativas, lo que denota a la empresa de mayor flexibilidad. Sin embargo, también existen aspectos negativos en la estructura diversificada tradicional. El holding, con un cierto tipo de audiencia tiende a confundirse con la unidad, que se dirige a otras audiencias. En segundo lugar, no es fácil comunicar ni entender su estructura. Por último, hay casos en lo que

las unidades corporativas adquiridas por la diversificación reciben un trato de ciudadanos de segunda dentro de la estructura corporativa.

Determinación de la estructura

Hay veces en que las estructuras corporativas crecen durante un tiempo sin tener en cuenta la lógica de sus exigencias operativas ni los dictados de los objetivos corporativos. Evolucionan respondiendo a problemas o a éxitos. También parece detectarse una cierta tendencia a crear estructuras que encajen con las actividades de la empresa, pero no con los consumidores de sus productos. Cualesquiera que sean los problemas internos de una estructura organizativa, la empresa debe tratar de presentar una estructura que apoye aquello en que se base su ventaja competitiva. Si la ventaja es consecuencia, fundamentalmente de una sólida cohesión dentro de la empresa, se debe adoptar una identidad unitaria. Si, por el contrario, la ventaja procede básicamente de que cuenta con marcas de prestigio o con unidades autónomas que deben estar muy próximas a sus mercados, lo indicado sería inclinarse por una identidad diversificada o basada en las marcas. La identidad unitaria sería la elegida por una compañía que tuviera un conjunto consistente de estrategias que incluyera a todas sus unidades. En este caso, dichas unidades podrían aprovecharse del hecho de estar asociadas entre sí. La identidad

diversificada o basada en marcas sería la opción para una empresa que contara con distintas estrategias.

2.8 Elementos gráficos

Los elementos gráficos no se limitan al logotipo, sino que incluyen toda la presentación gráfica de la organización. El sistema gráfico debe decidir el estilo del diseño de los textos elaborados por la empresa, de sus rótulos, del papel de cartas que emplea y de sus vehículos. Puede incluir el empleo de un determinado tipo de letra, un estilo de fotografía, un estilo de ilustración, un formato y una gama de colores para la empresa. La clave, lo mismo que ocurría en el proceso de búsqueda de un nombre, está en decidir si la presentación gráfica de la compañía encaja con su actual estrategia. En caso afirmativo, no habrá necesidad de modificar la presentación visual de la organización. No obstante, al revés de lo que sucede con el proceso de cambio de nombre, aquí se debe prescindir de los términos absolutos. La presentación visual puede modificarse ligeramente para reflejar el nuevo rumbo que sigue la empresa. Se pueden modificar ligeramente los elementos gráficos para expresar que sigue manteniendo vínculos con el pasado. Cuando se trata de un nombre nuevo, esto resulta más difícil.

Si nos centramos en el logotipo, veremos que hay muchas compañías que han apostado por ajustar, en lugar de cambiar, la presentación de sus símbolos. Esto se debe, invariablemente, a la fuerza y el reconocimiento de que gozan la empresa y sus marcas.

Un logotipo y un estilo gráfico coherente pueden servir como mecanismos de unificación para las distintas actividades de una empresa. Esto se aprecia con toda claridad cuando una empresa opera bajo una estructura basada en marcas. Una organización puede haber decidido, por ejemplo, utilizar los nombres y marcas de sus filiales en los mercados de consumo y, al mismo tiempo, pretender que ello le sirva para poner de relieve su fuerza operativa ante accionistas, analistas y corredores de títulos valores. Al utilizar un elemento gráfico como mecanismo unificador de sus productos, podrán utilizarse las marcas para vender productos, mientras que el logotipo comunicará su pertenencia a la empresa matriz.

El aspecto final a considerar en cualquier sistema gráfico es que debe contar con la suficiente versatilidad como para poder utilizarlo en tamaños tan distintos como el de una tarjeta de visita o el lateral de un camión.

Puede que tenga que aparecer con otros logotipos de la empresa o incluso ajenos a la empresa. Puede que tenga que aparecer junto al nombre de la organización o en solitario. Puede que tenga que

aparecer en dos, tres o cuatro colores. Cualquier sistema gráfico que no cumpla con dichos requisitos resultará muy limitado.

2.8.1 El logotipo

La consecuencia de un sistema de diseño o una marca o logotipo corporativo sólo constituye una parte de los medios de comunicación de una empresa con el público. Al proceso de diseño le corresponde el importante papel de crear una representación visual que indique lo que significa una empresa, y también le corresponde la función de representar un centro de atención para los dirigentes y empleados de la empresa, así como la de comunicar un mensaje coherente a clientes, analistas financieros y proveedores. No obstante el logotipo no pasa de ser un símbolo, por lo que debemos abstenernos de asignarle un valor excesivo.

Un logotipo, con muchos otros símbolos gráficos, tiene en sí mismo un significado muy limitado. En primer lugar, como hemos visto, la cultura del público determinará la forma en que se interprete.

Un segundo factor que limita el poder del logotipo es el hecho de que un símbolo corporativo siempre debe guardar relación con un determinado contexto.

Si una compañía quiere transmitir la idea de que posee determinadas cualidades, como ser grande y eficiente, tal imagen puede crearse

mediante representaciones que sugieran tamaño y eficiencia. Sin embargo, si la compañía no llega a ser grande ni eficiente, se producirá una brecha entre la percepción y la realidad. La comunicación corporativa no es una panacea. No proporcionará el éxito a una mala empresa. Lo que sí puede hacer es transmitir un mensaje coherente y digno de crédito sobre lo que es una empresa, lo que hace y cómo lo hace, manteniendo un fuerte control sobre los mensajes que transmite. Si dichos mensajes se contradicen, la imagen general tenderá a mostrarse confusa. El corolario de lo expuesto es que las comunicaciones empresariales no sólo exigen un atento análisis, sino también una buena gestión.

2.8.2 Lenguaje

El lenguaje que utiliza una empresa nos dice mucho sobre ella. Por ejemplo, tuvo que trabajar mucho para desterrar la práctica de referirse a sí misma como una institución, ya que resultaba totalmente incompatible con el nuevo rumbo, más comercial, adoptado por la empresa. Lo mismo sucede con las compañías que deciden mostrarse más próximas al cliente y que deben reemplazar su sistema de diseño para transmitir su nueva postura. Utilizan un lenguaje o una jerga técnica en los textos de la empresa y crean así la imagen diferente que desean. Así pues, el lenguaje tiene tanta importancia en los programas

de identidad como el diseño, y no hay duda de que tiene una fuerza considerable para definir el tono en que se expresa una organización.

2.8.3 Slogans

Los slogans o frases publicitarias plantean un doble problema. En primer lugar, en un contexto internacional puede resultar difícil traducir un slogan a otras culturas y otros idiomas. En segundo lugar, la mayoría de los elementos básicos de un sistema de diseño, como el logotipo, el nombre y el tipo de letra, están pensados para que duren decenas de años. Los slogans tienden a ser más actuales. Al ser concretos tienden a indicar cuál es la posición actual de la empresa, prescindiendo de dónde estará en el futuro. Asimismo, cualquier slogan relacionado con el rendimiento de una empresa puede convertirse en algo negativo si la compañía incumple lo prometido.

Sin embargo, una vez citados sus aspectos negativos, los slogans parecen desempeñar un papel especial. La comunicación de una estrategia a los empleados de una empresa resulta mucho más fácil si se utiliza una sola frase para definir el objetivo que se persigue.

2.8.4 Folletos, publicaciones institucionales y volantes

Estos constituyen un medio impreso especializado de alcance intermedio y que se dirigen a grupos especiales con diversas clases de

fines específicos. Entre los distintos tipos de folletos pueden señalarse por ejemplo, los catálogos que contienen información detallada acerca de todos los productos de la institución, los manuales de bienvenida que se dirigen a los nuevos empleados y que contienen información general acerca de la institución, los manuales de puesto que describen las funciones de cada cargo, los folletos de información general que se dirigen a clientes actuales y potenciales y que contienen información general acerca de la institución y sus productos. También bajo este rubro se incluyen los diversos tipos de órganos informativos periódicos de la institución, tales como la revista o boletín informativo que se dirige a uno o varios de los públicos de la misma y que contienen información de interés general o de interés para los públicos específicos a que se dirigen, además de información que a la institución le interesa divulgar. Todo este tipo de publicaciones tiene algunas características en común; entre ellas cabe citar el que le permiten a la institución tener un registro para sus propios fines y el que le posibilita el seleccionar a su auditorio y expresarse por escrito en las propias palabras de este, a su modo, sin interrupciones y de manera directa. El contenido y el formato de los folletos debe variar en función del público al que se dirigen y de los objetivos específicos que persiguen.

Por otra parte es importante señalar que estos medios ofrecen la posibilidad de combinar la imagen y texto en forma armoniosa y

creativa y su impacto depende precisamente de lo adecuado, tanto de su contenido como de su formato con respecto al público específico al que se dirigen.

2.8.5 Revistas

Constituyen un medio impreso de mucho alcance. Por su periodicidad pueden ser semanales, quincenales, mensuales, bimestrales, trimestrales. Por su contenido pueden ser generales o especializadas.

Comparada con el periódico, la revista es, por algunas de sus características (color, buena impresión, etc) de más fácil lectura. En función de la gran circulación que frecuentemente tiene en la actualidad, las revistas tienden a constituirse en un vehículo mediatizado de comunicación de gran impacto. Por último, puede afirmarse que dependiendo del tema en que se especialicen o de sus tendencias ideológicas, las revistas también pueden tener el papel de orientadoras de la opinión pública.

2.8.6 Tableros informativos, cartelones y carteles

Son un medio de comunicación que consiste en la colocación de información impresa en lugares de paso o de afluencia de algún público general o específico de la institución. Usualmente se emplean para la transmisión de mensajes breves complementarios de los que se

transmiten por otros medios de comunicación. Su impacto depende en gran medida de la creatividad de su diseño y de la manera como se maneje y distribuya la información.

Capítulo 3

EL TEATRO

3.1 Definición

La palabra teatro deriva del griego *theatrón* o *theomai* que significa “mirar”.

Teatro es el edificio destinado a la representación de obras dramáticas o a otros espectáculos propios de la escena. Teatro es además, el arte de componer obras dramáticas o de representarlas. Teatro es todo aquello que se haga con el fin de representar obras dramáticas. En Oriente antiguo, las representaciones teatrales se iniciaron en las festividades en las que estaba presente la danza y representaciones mímicas.

Estas escenas tienen su origen en el hombre primitivo cuando este ofrecía danzas y movimientos rítmicos a los que consideraban sus Dioses como el sol, la lluvia o la luna. Estos ritos religiosos marcan el origen del teatro. El teatro es un género literario cuyas primeras manifestaciones llegan desde Egipto y pasan a través de los años a Grecia donde toma estructura. Puede haberse iniciado en el Folklore, pero indudablemente soltó las amarras que le ligaban a este movimiento popular y se independiza para constituirse como un

género aparte, donde el movimiento, el diálogo y la inventiva tienen un panorama amplio de expresión.

La finalidad del teatro es ofrecer un cuadro inteligible y ordenado de la vida y la condición humana, mediante la representación de una acción ficticia. Su eficacia formativa y cultural es superior a la de cualquier otro arte, por la relación directa que se establece entre actores y público.

3.2 El nacimiento del Teatro

Aunque las primeras manifestaciones llegan desde Egipto, es en Grecia donde nace por completo y se sustenta en una estructura.

El teatro existe con Esquilo, un personaje griego. Una leyenda cuenta que Esquilo fue un hombre que en una ocasión su padre lo mandó al viñedo, a vigilar que nadie robara la uva madura. Él se quedó dormido y tuvo un sueño en el que se le apareció Dionisio, el Dios del vino y la alegría. Éste le ordenó que escribiera una historia para ser representada. La escribió y luego de esa vinieron noventa más por lo que se convirtió en el Padre del Teatro y en uno de los mejores poetas dramáticos que hayan existido. Con él, en Grecia, aparece el teatro.

Los griegos le dieron el nombre genérico, tomado de la escalinata, donde se hacían las representaciones, pero poco a poco perdió este sentido y fue delineándose con nuevos atributos, hasta ser considerado en el momento actual, como la obra, la pieza escrita en diálogo con intención de ser representada. Ellos tomaron como modelos para sus primitivos teatros los estadios y los hipódromos, cuyos graderíos permitían al público presenciar el espectáculo. Los arquitectos helenos buscaron terrenos accidentados, generalmente en la vertiente de una colina, para construir ganaderías en forma de semicírculo. Los primeros teatros griegos constaban de dos partes esenciales: un espacio circular en cuyo centro se alzaba la estatua de Dionisos y el hemicíclo para los espectadores. A medida de que los coros se ciñeron al texto de la obra representada, los teatros se transformaron.

El primer teatro de piedra construido en Grecia fue dedicado a Dionisios en Atenas y sirvió de modelo para otros. Este teatro se terminó de construir entre los años 330 a 340 antes de Jesucristo. Se dividía en tres partes fundamentales: la orquesta , que formaba un círculo casi completo , el lugar para los espectadores y la escena. Las gradas donde se hallaban los espectadores tenían la forma de un semicírculo, limitado por dos muros que

seguían la dirección ascendente y descubrían la vista de la escena.

En la Edad Media, rota la tradición teatral clásica de griegos y romanos vuelve a renacer en forma de acto sacramental, para transferirse al atrio de la iglesia y desde allí, desparramar su inquietud a las ciudades y los pueblos, en tablados de carpas o plazas públicas.

Toma desde entonces su presencia con caracteres precisos. Se abandonan los temas religiosos y se multiplica la acción a los conflictos cotidianos o a las leyendas épicas o simplemente a las fantasías.

Es entonces cuando adquiere su personalidad, carácter estable, el cual se va transmitiendo en una serie de tonos cambiantes hasta nuestros tiempos.

Tiene instantes de exaltación y decadencia, pero nunca llega a diluirse. Cada país marca su época de oro en el teatro: aparecen valiosos dramaturgos e historias que lo universalizan.

Cruza el Atlántico y llega a América, donde ya el pueblo indio también se expresaba en un sentido afín como lo hacían en China y Japón, sin influencia Europea. Pero el teatro aborigen no tenía

la estructura convencional de lo que se concebía como representación escénica, era un teatro con más afinidad al griego de las primeras épocas, a la expresión asiática primitiva. Era un teatro a su manera, que recibió la inyección del concepto español de farsa, para reemplazarlo definitivamente.

3.3 El Teatro en Grecia y Roma

La historia del teatro en occidente tiene sus raíces en Atenas, entre los siglos VI y V antes de Cristo. Allí, en un pequeño hoyo de forma cóncava -que los protegió de los fríos vientos del Monte Parnaso- los atenienses celebraban los ritos en honor Dionisio. Estas primitivas ceremonias rituales irían luego evolucionando hacia el teatro, constituyendo uno de los grandes logros culturales de los griegos. Lo cierto es que este nuevo arte estuvo tan estrechamente asociado a la civilización griega que cada una de las ciudades y colonias más importantes contó con un teatro.

Los romanos, grandes admiradores de los griegos, establecieron sus propios "juegos oficiales" desde el año 364 antes de Cristo. Pero la significación cultural que, por así decirlo, presidió la evolución del teatro ateniense no tuvo lugar en Roma, por el contrario, los romanos vieron en el teatro un aspecto pragmático y político que no habrían comprendido los atenienses. Para los

romanos el teatro era un lugar de reunión conveniente para el entrenamiento y la ostentación. En consecuencia, las primitivas estructuras de madera modeladas en el siglo V antes de Cristo por los griegos fueron pronto reemplazados por edificios de piedra, grandes e imponentes, erigidos como monumentos a la República. Los romanos también hicieron uso de escenografías pintadas en forma realista; en verdad el tratado escenográfico más antiguo que existe fue escrito por el romano Vitruvio al rededor del año 100 a. C. Estos amplios y nuevos edificios teatrales eran lugares excelentes para reunir al pueblo y autoridades romanas. Pronto advirtieron sus posibilidades políticas, decretando que todas las ciudades del Imperio debían incluir un teatro en su proyecto urbanístico. Con la creación de estas cadenas de teatros, los actores romanos vieron asegurada una buena manera de ganarse la vida si decidían hacer giras por las provincias y en efecto muchos lo hicieron.

Dentro de la fisonomía de las ciudades griegas de múltiples edificios importantes como los mismos teatros y el Partenón existió uno que se convirtió en símbolo de estas. Fue el ágora. Es importante hablar de esta construcción ya que simboliza parte de la vida cultural, religiosa, comercial y intelectual del pueblo griego

y por ende se convierte en otro de los espacios en los que las manifestaciones sociales en general florecían.

En sus inicios el ágora fue una plaza pública, donde se instalaba el comercio y donde los ciudadanos se reunían para tratar los asuntos de la comunidad. Su primera función era política, por lo que todas las ciudades griegas contaban con una y esta estaba estrechamente relacionada con la vida y desarrollo de las ciudades. En ella se organizaban las asambleas que trataban distintos temas y se convirtió en el centro de la comunidad cívica. Tuvo también una función religiosa . En su interior se encontraban altares, santuarios y tumbas de héroes. Más adelante apareció su función comercial. El desarrollo de las actividades comerciales expulsó en muchas ciudades a la asamblea del pueblo del ágora, lo que suscitó las protestas de pensadores. El ágora fue el espacio que reunía a toda la sociedad en general, en ella se daban cita varias manifestaciones propias del pueblo de todo tipo. Fue el centro de la vida pública de Grecia.

3.4 Los géneros teatrales

La tragedia: la tragedia es el género mejor logrado por la complejidad de emociones y situaciones que se manejan. La tragedia es un reflejo de las características del ser humano,

provoca un análisis en la conciencia y trasciende a un plano moral y terrenal. La tragedia sin ser un género místico es religioso. En la tragedia se presentan personajes que se vuelven célebres porque desafían y desvían los designios del destino y el orden de los acontecimientos, como que dan pasos hacia algo diferente e inesperado. El personaje de la tragedia lucha por seguir esos nuevos designios provocados por él, aunque eso le provoque un fin desafortunado. Estos designios creados por el protagonista constituyen la creación de un nuevo orden social, moral, o político. Sin embargo el final trágico consiste en la exclusión total del protagonista de la nueva realidad.

Cuando el espectador percibe y ve esta capacidad del actor por cambiar la realidad presente y crear otra de valores supremos, el espectador siente una sensación liberadora, conocida como catarsis. Esta es el resultado de reflexión que provoca en el espectador cuando dentro de él se mezclan el sentimiento de terror con el de compasión. La catarsis no es un fenómeno que se produce sólo en la tragedia, también puede encontrarse en la pieza y en la farsa.

La pieza: La pieza surge como género a finales del siglo XIX. Esta cuenta con las mismas características de la tragedia, la

diferencia es que la historia que se trata en la pieza no se refiere a toda la sociedad de una época, sino sólo a una determinada clase social, que se encuentra en un período decadente pero que luego alcanza un cambio en su estructura social.

La pieza no sólo da importancia al diálogo, sino que también se apoya en las pausas, silencios y expresiones del rostro. Esto hace que se permita apreciar y dar más realce al diálogo de los personajes que no se da con palabras, sino con gestos, es decir a su diálogo interno. La importancia de la pieza como lenguaje teatral, está en la creación de un ambiente que permita al espectador “escuchar” lo que hay detrás de cada palabra.

La intención de la pieza es estimular la atención del público, por eso se trabaja con textos y escenografías con pocos elementos, para lo que no está completamente dicho a través de ellos, se lo haga de la percepción propia de la gente.

Al igual que la tragedia, la pieza habla del cambio del orden establecido. El actor se pone frente a este y tiene dos posibilidades: o lo pasa por delante y no lo enfrenta o decide ser el factor determinante para que ese cambio se dé. La pieza generalmente tiene un ritmo lento, como si los personajes deambularan en un sueño por sus propias vidas: son seres

cotidianos y comunes pero que sin embargo están aptos para enfrentar la tragedia del cambio.

La comedia: es uno de los géneros más importantes no sólo por su tradición dentro del arte teatral, sino por su complejidad y por el manejo de sus diferentes elementos. El fin de la comedia es presentar situaciones grotescas o ridículas que sufre un individuo cuando por su falta de discreción o criterio transgrede las normas sociales. Su objetivo es mostrar los vicios de la sociedad, a través de un personaje que puede ser el que quede en ridículo ante la sociedad, o a través de la sociedad que puede quedar en ridículo delante de sí misma. La comedia emplea personajes complejos que a través de todas sus facetas, desarrollan un determinado defecto y causan tantos problemas en la sociedad que esta termina por ponerlos en ridículo. Este género no se dirige al individuo aislado, sino en sociedad. A diferencia de la tragedia el protagonista se integra nuevamente dentro de la sociedad luego de haber superado los conflictos, de tal forma que la transgresión del orden no tiene consecuencias graves tanto en el protagonista como para la misma sociedad. La comedia tiene siempre un final feliz.

El género de la comedia puede dividirse en varios subgéneros, entre los cuales puede mencionarse la “comedia de enredos” y algunos otros géneros menores cuyos temas centrales son la sexualidad y el dinero. A esta clasificación corresponden el vaudeville, el entremés y el paso; el sketch, el astracán y la revista política.

Género didáctico: En las obras de género didáctico se presencia la demostración de un sistema de valores cuyo funcionamiento abraza al individuo y se encuentra por encima de él: el hombre no es más que una de esas fuerzas, se va a mostrar la reacción que tendría tal cualidad o tal fuerza en un momento coyuntural.

En este género se clasifica, el auto sacramental, cuyo fin fue enseñar a los indígenas la importancia de los sacramentos para que el pecador pueda encontrar el camino de la salvación.

En la obra didáctica se ve la unilateralidad de un personaje que no admite ningún tipo de contraposiciones y que nunca cambia de parecer a pesar de las circunstancias.

El género didáctico trata sobre la injusticia, aunque de igual forma puede tratar otro tema, sin que vaya dentro del campo de los valores morales, políticos o religiosos.

Melodrama: este busca justificar algunas actitudes humanas mediante la presentación de las circunstancias que se presentan en la vida y que envuelven al personaje. Profundiza en su personalidad, sus sentimientos y su problemática particular de tal forma que el espectador se involucre con la historia y se identifique y conmueva a través del manejo de sus propios sentimientos. El teatro melodramático está diseñado para manejar los sentimientos del espectador, lo cual se logra mediante la combinación de:

1. Tensión-relajación dramática: esto significa que las escenas donde se maneja el sentimiento que debe conmover, de pronto se ven interrumpidas por acciones “chistosas”, absolutamente circunstanciales y prescindibles, pero que tiene la importante misión de relajar un sentimiento que no debe volcarse ininterrumpidamente porque sería insoportable e inverosímil. Su función es rescatar la importancia del sentimiento que se está manejando, por medio del contraste entre “serio” y “chistoso”.
2. Manejo del suspenso: su función es hacer impredecible la anécdota y conservar la atención del espectador.

3. Exaltación del sentimiento: mediante el manejo de estereotipos físicos, se logra que el espectador relacione su simpatía o su desagrado por los personajes: el malo es feo y el héroe es guapo.

La tragicomedia: este género cuenta sus historias de las actitudes humanas, utilizando personajes extraordinarios: duendes, fantasmas, ángeles, ninfas, etc. La estructura narrativa de la tragicomedia es episódica, es decir el personaje atraviesa por varios hechos antes de lograr su objetivo. En cada episodio se enfrenta con un problema nuevo relacionado con el fin al que espera llegar. Dentro de la historia se identifica a un personaje, que es un héroe y que la trama gira en torno a él. Puede ser bueno o malo, y todos los demás personajes se identifican como sus amigos o enemigos.

En la tragicomedia se combinan lo cómico, en el sentido de mostrar y ridiculizar los vicios y defectos de un individuo o una sociedad, contrapuesto a los más altos valores de una cultura.

La farsa: es una nueva realidad que busca enfatizar los valores ya manejados en los otros géneros. Para lograr esto se debate entre dos planteamientos:

- desnudar la realidad para encontrarle sensibilidad
- revestir la realidad con el fin de proponerla ideal.

De acuerdo al planteamiento que se escoja y con los valores que se manejen, pueden señalarse diferentes tipos de farsa, aunque esta no es un género puro y siempre conlleva una interpretación distinta de cualquiera de los otros géneros dramáticos. Así pueden distinguirse seis tipos de farsa:

- farsa trágica
- farsa cómica
- farsa tragicómica
- pieza fársica
- farsa didáctica
- farsa melodramática

En todas ellas encontramos una exageración de los hechos, de tal forma que la historia resulta “escandalosa”, ya que de alguna forma, materializa los deseos ocultos del espectador de cometer delitos impunemente.

Cuando se presentan ante el espectador realidades crudas en una realidad simbólica, este reacciona con una risa purificadora y un sentimiento que lo hace pensar y volcarse a la reflexión de los hechos que ha presenciado.

3.5 El teatro como espacio físico

El teatro es la construcción ideada para las representaciones dramáticas. La presencia de actores en acción y de un público en un lugar determinado (cualquiera que éste sea, desde la calle hasta el teatro más acondicionado), constituye la realización del fenómeno teatral. Sobre esto, los lugares donde se ha representado teatro han tenido y tienen múltiples variaciones.

Se puede decir que los griegos, entre los siglos V y IV fueron los primeros en construir edificaciones permanentes dedicadas a la representación de obras dramáticas (como fue el teatro de Epidauro). Estos edificios eran semicirculares, pensados, tal vez, por la distribución espontánea del público con respecto a los actores en sus representaciones de teatro ritual. Los griegos utilizaban la hondonada de alguna colina para construir sus teatros.

Desde el siglo III hasta el I, antes de Cristo los romanos construyeron sus teatros tomando como base el modelo griego, pero dándoles ciertas diferencias: en lo que respecta al escenario, era más grande el proscenio, la parte del foro más próxima al público. En la Edad Media el teatro fue eminentemente ritual y se representaba en escenarios simultáneos que se hacían en los

atrios de los templos, mientras los cómicos divertían al público en escenarios improvisados.

En la época del renacimiento, entre los siglos XIV y XV d.c., se construyeron los teatros más suntuosos, con grandes alardes arquitectónicos destinados a complacer a la nobleza, en tanto que los teatros del pueblo eran las plazas y callejones que albergaban a la corriente llamada: Comedia del arte.

En España, a lo largo del llamado “Siglo de Oro” en el siglo XVI, se utilizaron “corrales”: patios cerrados por casas, a cielo raso, y un escenario cubierto por un tejado que podía tener, o no, decorados muy sencillos.

En Francia, en el siglo XVII, los teatros ya se construyeron cerrados y bajo techo. Anteriormente todos se levantaban al aire libre.

En el siglo XVIII se comienzan a edificar teatros después de estudiar los efectos de la acústica y la mejor ubicación del público. Claro está que la mayoría de esos teatros eran exclusivos de la aristocracia europea.

En la actualidad, los medios científicos y técnicos con que se cuenta permiten una mejor audición, iluminación y cambios de

decorado en el teatro. No hay que olvidar que hoy en día, cualquier lugar espacioso puede ser y es utilizado como escenario: cocheras, parques, plazas, azoteas, etc. Fundamentalmente, sólo es necesario que existan actor y público para que haya teatro.

3.5.1 Partes de un teatro

En la época en que apareció este arte, es decir en la Grecia del siglo V antes de Cristo el término "teatro" hacía alusión a una sola de las partes que lo componían. Era el hemiciclo o **graderío**, es decir, el sitio reservado para los que presencian la obra. En griego se llama "**qšatron**" y significaba: lugar donde se contempla. Otra parte del edificio era el "**diazoma**" o pasillo ancho que dividía en dos cuerpos el auditorio excavado en semicírculo en el flanco de la colina. La "**ÑrcÁstra**" (**orquesta**), fue el elemento original del teatro griego. Solía tener en el centro el altar del dios Dioniso. De forma circular, etimológicamente era el lugar donde el coro danzaba, interpretaba instrumentos y cantaba. Es la región situada entre el escenario y el espectador.

Detrás de la *orchestra* se encontraba la "**sk»nh**" (**skene**), una construcción que servía a la vez de decorado, de bastidores y de camerinos para los actores. La *skene* clásica tenía dos alas

laterales o "paraskenia", pero sobre todo estaba precedida de un **“prosk»nion” (proskenion)**, una especie de pórtico donde al parecer actuaban los actores.

En la actualidad, algunos teatros cuentan con escenarios circulares, o sea, una plataforma dividida en dos o tres partes, cada una con escenografía diferente. Una de ellas se muestra al público . En el intermedio se baja el telón, se gira la escenografía e inmediatamente aparece otra imagen del escenario circular. La que ya no se utiliza se puede cambiar por otra para dar más rapidez a las acciones. Entre la *skene* y los muros de construcción de la *orchestra* había, a cada lado, un pasillo por donde entraba el coro **“p̄rodoj” (la párodos)** y otro por donde salía, **“œxodoj” (la éxodos)**.

También se sabe que los antiguos teatros griegos podían disponer de complejos recursos escénicos, algunos muy utilizados en las obras de los grandes trágicos como la grúa cuya misión era aparecer o desaparecer a los personajes.

La **“gkÚklhma” (plataforma giratoria)** para cambiar cualquier tipo de decorado. El **“qeologe«on” (púlpito)**, donde se subían los personajes relacionados con el cielo. Y las **“klÚmakej”**

(escaleras subterráneas), por ellas salían los personajes que representaban a los dioses o héroes.

El **proscenio**, es la superficie del escenario situada delante del telón. La **sala**, se llama al lugar donde se instalan los espectadores. El **teatro arena**, se trata de un escenario sin telón, alrededor del cual se encuentra el público. Los cambios de acto y escena se logran por medio de apagones.

Las **bambalinas**, se llaman a las tiras de lienzo con decorados que cuelgan del telar y el **ciclorama**, es un telón de fondo, semicircular, que cubre la parte posterior de la escena moderna.

3.5.2 Clasificación de los teatros según sus fines

A través de los géneros teatrales en sí, no se puede llegar a una clasificación, sino a través de la relación de estos con los actores y el público. Su trazado depende, en efecto, de estas relaciones más que de cualquier otra consideración. En consecuencia, se considera los siguientes modos de concebir el teatro como útiles para clasificar los edificios.

- **Los espectadores participan en la representación:** Su forma característica es el teatro griego, vigente hoy con teatros como el de Malmo, Suecia.

- **El público contempla un espectáculo en cuyo desarrollo no tiene intervención:** Hablando extremadamente, se puede decir que llega al cine, pero paradójicamente, su precedente formal será el teatro de Wagner en Bayreuth

- **La representación se compone de dos acciones alternadas, una se desarrolla en el escenario, otra la hace el público en la sala durante los entreactos:** Es el estilo de los teatros de los siglos XVIII Y XIX.

- **La escena quiere raptar a los espectadores:** Llevarlos a un mundo ideal, rodeándolos de escenarios ilusionistas, como se hizo en muchos teatros del siglo XVIII.

- **Los espectadores y los actores viven juntos la acción, sin embocaduras ni plataformas que separen unos de otros:** Es el teatro circular con los actores en una pista central, sin decorados y es una versión extremada de los teatros donde estrenaron sus obras Shekespeare y Lope de Vega.

3.5.3 El escenario

Una exposición completa y ordenada sobre este tema, haría preciso estudiar su origen y evolución a través de los tiempos. Es decir arrancar del teatro griego y romano y seguir sus modificaciones hasta llegar a nuestros días, en que se marca una tendencia definida hacia la mecanización del escenario y hacia lo que podría llamarse “escenografía real”. Por cuanto los decorados modernos no tratan de dar una “sensación de realidad”, sino que son casi la realidad misma, tanto en materiales y elementos como en su relieve, por utilizar la tercera dimensión, de la que prescindía la escenografía anterior.

Antes de tratar de la técnica escénica moderna, es conveniente advertir que, si bien todos los escenarios son análogos en principio, puesto que han de cumplir un fin semejante, su forma, dimensiones, disposición y medios auxiliares varían muy ampliamente, según el género a que se dedique el teatro correspondiente.

Tomando en cuenta esto lo dividiremos así:

1. El escenario en general
2. Tipos de escenarios
3. Iluminación de escenarios

4. Instalaciones auxiliares

El escenario en general

Como condiciones generales más importantes y más elementales que debe reunir un escenario, merecen destacarse las siguientes:

- a) Su planta debe tener las dimensiones apropiadas para el montaje de los decorados convenientes y para el movimiento de los actores. Es recomendable disponer de suficientes espacios laterales (“hombros”, en jerga escénica) para colocar elementos de decorado, para facilitar el juego escénico y para situar medios auxiliares.
- b) Su altura debe ser la adecuada para que el peine (es el piso que soporta todas las poleas de accionamiento por las que pasan las cuerdas o cables para ascenso o descenso de los elementos del decorado), se halle a una distancia tal del tablado, que permita colgar de aquél los telones y demás elementos del decorado que no se usen, sin que sean vistos por el espectador. Esta condición está supeditada a las dimensiones de las embocaduras. Cuanto menor altura tenga el peine y por tanto, el cuerpo de edificio del escenario, menor volumen tendrá el mismo,

mejorándose así las condiciones acústicas y de acondicionamiento del aire.

c) Su forma deberá ser lo más sencilla posible, preferentemente rectangular.

d) El escenario deber formar un cuerpo de edificio independiente que pueda quedar aislado del resto. Los únicos huecos precisos son: la embocadura, el acceso de actores y operarios y el de entrada y salida del decorado. Durante la representación y los ensayos sólo deben permanecer accesibles los dos primeros, y la puerta de actores y operarios debe ser doble, incombustible y de cierre automático.

El reglamento de espectáculos de algunos países prescribe un lucernario en el techo del escenario, dispuesto en forma de que se abra automáticamente al producirse un incendio en el mismo. De este modo y una vez aislado totalmente el escenario, se produce una combustión rápida y sin presión hacia el resto del edificio.

Partes del escenario

1.sala de teatro

2.proscenio

3.embocadura

4.telón metálico

5.acceso de artistas y operarios

6.acceso de decorado

7.cabina de electricistas

8.pasillo de electricistas y tramoyistas

9.pasillo de tramoyistas

10.peine

11.lucernario

12.piso del escenario

1. Sala de teatro: es todo el espacio en general donde está el teatro, es el teatro mismo.

2. Proscenio: es un avance hacia la sala del plano del escenario, y en su borde extremo se suele montar la “batería” que da iluminación inferior a los primeros términos.

El tamaño, y más concretamente, el avance del proscenio, varía mucho según la construcción del teatro y el género que en él se represente. En algunos teatros de ópera, esta parte es móvil, pudiendo deslizarse hacia delante varios metros, lo que permite elevar el espectáculo a la propia sala, lográndose así una mayor visibilidad y una mejora en la audición.

3. Embocadura: en términos generales es el hueco que comunica el escenario con la sala. Particularmente hay que considerar la embocadura arquitectónica o de construcción, y la embocadura teatral, formada por los “arlequines” y el “bambalinón”. Las dimensiones de la primera son muy diversas, dependiendo del criterio constructivo seguido, las de la segunda están ligadas a las de la primera, pero modificadas por el concepto artístico que pueda tener el director de escena.

4. Telón metálico: es obligatorio en la mayor parte de los reglamentos de espectáculos del mundo y constituye, como ya se ha dicho, el elemento de seguridad fundamental que permite aislar la sala del escenario; por ello el cierre debe ser total, tanto

lateralmente como en la parte superior y en la inferior, debiendo ser resistente a una fuerte presión interna.

5. Puerta de acceso para artistas y operarios: este hueco puede ser de dimensiones relativamente amplias, para facilidad en el paso del personal que, en algunos momentos, puede ser numeroso.

Generalmente, las puertas son dos, dispuestas a cierta distancia y abriendo la del lado del escenario hacia adentro del mismo y la otra, en sentido contrario. Deben ser metálicas, o al menos las del lado del escenario.

6. Puerta de acceso del decorado: su espacio deber ser todo lo amplio posible, especialmente en altura, y el cierre se realiza, preferentemente, por puerta metálica de tipo corrediza. Si existe almacén de decorado en el teatro, y siempre debe hacerlo para los elementos más usuales, la citada puerta debe comunicar directamente con el mismo.

7. Cabina de electricistas : Sus dimensiones dependen de la mayor o menor complicación de la instalación eléctrica. Dentro de la misma se encuentran todos los mandos importantes, debiendo disponer el operario de perfecta visibilidad de la escena,

para una mayor eficiencia en su cometido. La cabina debe ser totalmente metálica, con una sola puerta de acceso al pasillo situado a su nivel.

8. Pasillo de electricistas y tramoyistas: En realidad, el pasillo a esta altura suele ser de más uso para los primeros que para los segundos. Su distancia al piso de la escena es variable, pero no superior a unos 4m. En los escenarios mayores. Su anchura oscila entre 1,50 y 3m aún cuando en algunos escenarios es mayor; esta dimensión depende bastante de la magnitud de los “hombros”.

9. Pasillo de tramoyistas: Son semejantes al descrito anteriormente. Su número y distancias mutuas dependen de las dimensiones del escenario del tipo del decorado y de la disposición de su accionamiento.

10. Peine: es el piso que soporta todas las poleas de accionamiento por las que pasan las cuerdas o cables para ascenso o descenso de los elementos del decorado. En general se compone de una serie de vigas que se apoyan en los muros anterior y posterior del escenario, y sobre éstas descansan los fuertes listines que constituyen el piso, separados entre sí una distancia que varía según los constructores; esta separación no

necesita ser mayor que el grueso de las poleas, grueso que, a su vez, depende del diámetro de los cables o cuerdas que se utilicen.

11. Lucernario: Es siempre recomendable que exista un lucernario en el techo del escenario, sea cual sea su disposición y concepción, por cuanto permite una iluminación natural durante las horas del día. En el caso de que se utilice también con el fin apuntado de servir para la evacuación de humos, debe llevar un dispositivo que produzca su apertura automática. La realización de dicho dispositivo adopta muy diversas formas, incluso que la fijación de los cristales sea hábil, de manera que, al producirse un aumento de presión por el fuego, salten éstos hacia fuera, dejando así establecido el tiro.

12. Piso del escenario: Como indicación de carácter general, se debe observar que en los teatros, hasta hace algunos años, era criterio tradicional que su plano tuviera una pendiente que suele oscilar entre el 3% y el 5%, con objeto de dar una cierta perspectiva escénica.

Tipos de escenarios

Para definir los tipos de escenario se han considerado las características de los dispositivos empleados para el montaje, efectos y mutación de decorados, estableciendo dos grandes grupos: escenarios clásicos y escenarios mecanizados.

Los primeros son aquellos que, aún disponiendo de elementos que pueden moverse, no permiten una mutación rápida, ni la superficie de dichos elementos es suficiente para contener partes completas del decorado. Sus limitados movimientos suelen ser manuales.

Normalmente constan de un armadura más o menos complicada (de madera en la mayoría de los casos) y con dos o tres tipos pisos que sirve de apoyo al piso del escenario, cuyo tablado va dividido en zonas desmontables muchas de ellas y que se utilizan para las exigencias de aquella tramoya.

Los escenarios mecanizados son los que disponen de grandes elementos móviles que permiten efectos y mutaciones rápidas (totales o parciales) y cuyo accionamiento se realiza por un medio motor, eléctrico o hidráulico. Puede clasificarse en cuatro grandes grupos:

- a. escenarios giratorios
- b. escenarios de planos móviles
- c. escenarios mixtos
- d. otros tipos de escenarios.

3.5.4 La iluminación en el teatro

Uno de los elementos más importantes del teatro es la iluminación. Son todos aquellos sistemas eléctricos integrados en lo que son lámparas, reflectores, luces y demás objetos que produzcan luz y que sirven para causar efectos específicos en la escena.

Para mayor claridad de exposición se tratarán separadamente los siguientes apartados:

- acometidas y circuitos principales

- iluminación normal

- iluminación del panorama

- regulación del alumbrado

- **Acometidas y circuitos principales:** es evidente que, para tener una seguridad en el suministro de fluido eléctrico, energía

precisa para los aparatos de iluminación, es necesario (y así exige en casi todos los reglamentos de espectáculos del mundo) disponer de un mínimo de dos acometidas procedentes de centrales eléctricas diferentes. De ser posible es aconsejable que cada acometida suministre una potencia algo superior a la mitad de la potencia total; es decir, que si la totalidad de la instalación precisa 600 kilovatios, cada acometida deberá ser capaz para unos 350 kilovatios, por ejemplo.

Esta medida de precaución permitirá mantener una iluminación aceptable, aún cuando falle una de las fuentes de suministro, tanto más cuanto que, la potencia instantánea (la que se utiliza en un momento preciso) siempre es inferior a la potencia instalada. En general y además de las dos acometidas, se suele instalar una batería de acumuladores para la iluminación de socorro, un grupo electrógeno o ambos medios auxiliares.

La instalación de dos acometidas debe completarse con una especial disposición de los circuitos principales, haciendo conmutables los más importantes para pasar con una simple maniobra de una a otra compañía. Esta conmutación también debe poderse realizar con la línea del grupo electrógeno, caso de existir ésta.

Iluminación normal: esta iluminación comprende los aparatos que han de dar a luz a la escena misma. La situación de éstos puede ser sobre el suelo del escenario o bien colgados. Partiendo del borde del suelo escénico, hacia el fondo del mismo, se encuentran las siguientes instalaciones:

A) batería: esta compuesta de una serie de lámparas provistas de su correspondiente reflector, situadas horizontalmente en el mismo borde del proscenio y dirigidas hacia el fondo del escenario y abracando todo el ancho de la embocadura. En general la batería dispone de un juego de cinco colores, que se logran interponiendo filtros coloreados ante las lámparas. Dichos colores son: blanco (sin filtro), azul, verde, amarillo y rojo y van dispuestos correlativamente en toda su longitud.

B) pórtico: a continuación de la embocadura e inmediatamente después de los telones, se encuentra una armadura metálica formada por dos torres laterales y una pasarela. Las torres deben ser desplazables hacia los “hombros” y la pasarela (que va suspendida del peine), de altura regulable. De esta forma puede adaptarse al pórtico a diversas dimensiones de la embocadura. Dado su gran peso, la pasarela ha de ir contrapesada, y su

accionamiento (subida o bajada) suele hacerse por medio de un motor eléctrico.

C) aparatos colgados: para concentrar y reforzar la iluminación se utilizan unos aparatos llamados “cenitales” que suelen ir colgados en armaduras independientes.

Los aparatos “cenitales” se van repitiendo hacia el fondo de la escena. Su número y distancia dependen también del criterio artístico seguido y del género para el que se haya construido el escenario.

D) Iluminación lateral: la iluminación descrita no es suficiente para algunas escenas que precisan una mayor intensidad luminosa en zonas alejadas del centro de la escena. Para atender estas necesidades debe disponerse de dos circuitos eléctricos, situados lateralmente y bajo el suelo del escenario, que alimentarán una serie de enchufes (ocultos bajo una tapa nivel de escena) a los que se conectan reflectores, pequeñas baterías, etc que se colocan fuera de la vista del público, situándolos entre los bastidores o piezas del decorado. Como complemento para estos efectos se montan en el pasillo de electricistas y a veces en los de tramoyistas, más reflectores o proyectores, para cuya alimentación deben preverse los circuitos y enchufes necesarios.

Todos estos aparatos se denominan, en la jerga escénica “extraordinarios”.

Iluminación del panorama

En la moderna escenografía y para efectos de horizonte, se ha sustituido el antiguo “telón de fondo” por un lienzo sobre el que se proyecta una iluminación adecuada para dar la sensación de cielo natural. Estas son algunas soluciones constructivas actuales. La forma más elemental es una gran tela colgada a suficiente altura para que no sea vista su terminación por los espectadores y ocupando el fondo de la escena, formado un plano, una superficie cilíndrica, una combinación de ambas o una superficie esférica. La primera solución es poco empleada por las ventajas que ofrecen las siguientes, ya que al avanzar por los lados la superficie del panorama (que en el segundo y tercer caso recibe el nombre de “ciclorama” y en el último “cúpula”), permite dar una sensación más real del horizonte, especialmente en los “exteriores” o escenas representando el aire libre.

Regulación del alumbrado

Para conseguir los efectos de iluminación en un decorado no basta disponer de todos los elementos que se han descrito

anteriormente; es necesario también poder encender y apagar cada uno de ellos a voluntad, así como regular su intensidad luminosa, de manera fija, creciente o decreciente. Para este cometido existen los equipos de regulación de alumbrado.

La forma más elemental (y por ella se empezó en el teatro) es la interposición de unas resistencias regulables en cada circuito pero esta solución es poco perfecta, tanto en cuanto a la suavidad de regulación como al consumo, ya que la resistencia consume una energía no aprovechable.

3.5.5 La acústica

Definición

La Acústica es la ciencia que estudia la producción, transmisión y percepción del sonido tanto en el intervalo de la audición humana como en las frecuencias ultrasónicas e infrasónicas. Dada la variedad de situaciones donde el sonido es de gran importancia, son muchas las áreas de interés para su estudio: voz, música, grabación y reproducción de sonido, telefonía, refuerzo acústico, audiología, acústica arquitectónica, control de ruido, acústica submarina, aplicaciones médicas, etc.

Empleos de la Acústica

Algunas de las áreas de trabajo en acústica son:

Acústica Arquitectónica: Estudia la interacción del sonido con las construcciones. Participa en el diseño de: salas de conciertos, auditorios , teatros, estudios de grabación, iglesias, salas de reuniones, etc.

Ingeniería Acústica: Estudia el diseño y utilización de transductores e instrumentos de medición de sonido. Incluye la instrumentación para diagnóstico médico, sísmico, grabación y reproducción de voz y música. Una rama de la Ingeniería Acústica es la Electroacústica la cual trata con micrófonos y altavoces.

2.6.2.3 Acústica Musical: Combina elementos de Arte y de Ciencia al incluir el diseño de instrumentos, el uso de sistemas de grabaciones, la modificación electrónica de la música con el estudio de su percepción. Su campo de trabajo está en la Industria de la grabación de música y cine, y en la Industria de la construcción de instrumentos. A esta área pertenece el llamado Ingeniero de Sonido.

La acústica en los teatros: El estudio científico de la acústica, particularmente la acústica de teatros se remonta a los teatros griegos como el de Epidauro. Los orígenes del estudio del sonido fueron de Pitágoras. Posteriormente serán los romanos los que desarrollarán un sistema más complejo de estudio de la acústica en los teatros al aire libre. La primera referencia escrita se la debemos como casi siempre al arquitecto romano Vitrubio en su obra: De Architectura, Libro V. Desde estos tempranos inicios, los teatros griegos y posteriormente los romanos se preocuparon de perfeccionar la proyección de las voces de los actores hacia la audiencia. Los actores utilizaban máscaras para incrementar la expresión facial y al mismo tiempo amplificar sus voces. La audiencia se mantenía próxima al escenario. Es seguro que la mayor parte de los teatros antiguos tenía una acústica bastante mediocre; solo algunos de ellos alcanzaron fama de gran perfección acústica. Prueba evidente que el problema de la distribución del sonido era objeto de estudio está en la técnica recomendada por Vitrubio para reforzar el sonido. Vitrubio propone en su obra el empleo de vasos de resonancia situados estratégicamente entre la audiencia. Esto puede considerarse una prueba de la falta de consonancia de los teatros antiguos en general.

El objetivo acústico fundamental que se trata de lograr al diseñar un espacio destinado a actividades teatrales es que el grado de comprensibilidad del mensaje oral sea óptima desde todos los puntos del auditorio. Al aire libre, el único sonido que se propaga desde la fuente hasta el receptor es el sonido directo. El nivel de presión sonora asociado al mismo disminuye 6 decibeles cada vez que se dobla la distancia a la fuente. La máxima distancia a la que se puede oír un mensaje oral emitido en una zona de máximo silencio (con ausencia total de viento, es de 42 m en la dirección frontal del orador, de 30 m lateralmente y de 17 m en la dirección posterior. A distancias superiores el mensaje deja de ser inteligible, con independencia del lugar elegido para llevar a cabo la experiencia. La reducción tan significativa de la máxima distancia a medida que la dirección considerada se aleja de la dirección frontal se debe a las características direccionales de la voz humana. En los teatros griegos se alcanzaban distancias sustancialmente superiores a las anteriormente mencionadas. En el teatro Epidauro el asiento más alejado del escenario se encontraba a 70 m y la inteligibilidad en ese punto es sorprendentemente buena. La explicación estriba en el hecho de que el teatro se hallaba ubicado en una zona con ruido ambiental extremadamente bajo y que además el sonido directo que llegaba

a cada punto se veía reforzado por la existencia de primeras reflexiones (retardo máximo de 50 ms respecto a la llegada del sonido directo). Tales reflexiones se generaban en la plataforma circular altamente reflectante situada entre el escenario y las gradas, denominada orchestra.

3.6 El teatro como vehículo de comunicación

Antecedentes

El teatro que ha sido considerado solo como un medio de expresión poética que instruye y divierte, es uno de los más eficaces vehículos de comunicación.

Cuando el rito y teatro eran la misma cosa y aún no se daba la fragmentación entre si y eran parte de la existencia cotidiana, las artes representacionales constituían un instrumento fundamental de comunicación humana. Los ritos que se practicaban no solo tenían el objetivo de acercar al hombre hacia las experiencias sobrenaturales, sino que también eran actos mediante los cuales se comunicaba por medio de símbolos y acciones rítmicas.

La división entre teatro y rito se dio principalmente en Occidente. Bajo la influencia del racionalismo griego, el teatro junto a la demás artes, se convirtió en un accesorio cultural. La división sujeto-objeto repercutió

en la división actor-espectador, y el pueblo dejó de participar en el proceso de comunicación creativa.

Es así como desde este momento el teatro empieza a adquirir su propia personalidad y sentido, a través del cual se reconoce en él su capacidad de comunicar.

El teatro se vale de varios lenguajes, la palabra escrita, hablada, el manejo de los elementos visuales, sonoros y espaciotemporales, por eso se puede considerar al teatro como un “arte total”.

El tipo de comunicación que se efectúa en el teatro no es distinta a la discursiva o racional. Como arte puede valerse del discurso racional, pero dentro de un marco poético, dirigido a la mente intuitiva.

Al incorporar técnicas rituales, se emplea un lenguaje simbólico, polivalente que genera en el espectador una respuesta interpretativa.

El símbolo apela al inconsciente, y por lo tanto invita al espectador a compartir un proceso de introspección que no es posible a través de los medios de comunicación masiva o de otros informativos.

Cuando el individuo ha entrado en contacto con las áreas profundas de su ser, puede, a partir de ahí percibirse a sí mismo y a quienes le rodean en una forma más inmediata y directa. Así se hace factible una comunicación auténtica.

La comunicación teatral es un arte que emplea los gestos, la música, el canto, el movimiento y que al conjugarlos crea un espacio y un tiempo

no biológicos, sino representacionales, con los cuales no sólo se logra transmitir ideas, sino también emociones, sentimientos y realidades que escapan de la cotidianidad en que se mueven los que, aunque no participen directamente del guión, son receptores o participantes activos para otorgarle validez a este proceso de comunicación artística.

3.6.1 Rito y teatro

El rito siendo la práctica que hace posible la materialización de ideas abstractas que provienen de un universo mítico, es la más antigua manifestación de la representación y por ende una de las primeras formas de comunicación del hombre, con sus semejantes y su entorno. Rito y teatro son aspectos distintos de un mismo fenómeno representacional.

El rito en el hombre

El rito que practica el hombre cuenta con una propiedad adicional exclusiva de la especie: el manejo de la información cultural basada en conceptos y símbolos abstractos. En el hombre el rito *significa* y por lo tanto *comunica* como parte de un sistema de símbolos pertenecientes a un código cultural y social determinado.

El hombre puede ser catalogado como un “animal simbólico” , es decir tiene la capacidad de darle una nueva dimensión a la realidad al

otorgarle significado a los objetos que le rodean. Estos significados pueden ser metonímicos (pertenecientes al mismo contexto del objeto), o bien metafóricos (relacionados con objetos de diferentes contextos).

“El rito es el medio del que la sociedad se vale para reafirmar físicamente su cosmovisión, para actualizarla y comunicarla a sus miembros.”³². “La redundancia es la característica que proporciona al rito su capacidad comunicadora: la repetición rítmica de una señal, según los etólogos, es determinante para plasmar el mensaje ritual en las conciencias e inconciencias de los participantes. De esta forma, el rito cubre la necesidad básica de comunicar con claridad y en un nivel simbólico, la información colectiva de una sociedad”³³

Ruptura entre teatro y rito en Occidente

En el mundo Occidental es posible identificar el momento justo en el que se dio la evolución y del rito se pasó al teatro. Eso significó, además, el paso de la intuición a la razón, del mito a la historia y del gozo comunitario a la contemplación individual.

³² PRIETO STAMBAUGH Antonio, MUÑOZ GONZALEZ Yolanda, El teatro como vehículo de comunicación, Editorial Trillas, México, 1992, p.14

³³ PRIETO STAMBAUGH Antonio, MUÑOZ GONZALEZ Yolanda, El teatro como vehículo de comunicación, Editorial Trillas, México, 1992, p.15

Desde el siglo VIII a. C. existía en Grecia una celebración ritual conocida como “Ditirambo”, cuyo objetivo era rendir culto a Dionisio, Dios de los árboles, de los frutos, la uva, el vino y la embriaguez. Esta celebración ocurría periódicamente cada primavera, cuando el pueblo griego expresaba con danzas y cantos el gozo de su unidad. Esta celebración tenía un carácter espontáneo en donde todos participaban si libremente sin regirse a alguna forma preestablecida. Sin embargo poco a poco las danzas comenzaron a adquirir una forma fija, y los cantos se transformaron en coros dramáticos. Hacia el siglo VII a. C., el rito ya cuenta con una línea narrativa, expresada por el coro en contrapunto con un personaje recitante. En este momento el texto transmitido antes oralmente comienza a registrarse en escritos y aparecen los autores individuales que sustraen sus historias del mito colectivo. La celebración ya no se efectúa en un bosque, sino en un espacio construido especialmente para tal efecto, pues ahora el público está sentado en un lado y el coro y el personaje actúan en el otro. Dionisio (divinidad por quien se ofrece la celebración) antes era una fuerza sobrenatural que habitaba en cada uno de los participantes, ahora se materializa y toma el cuerpo de una estatua colocada en el centro del escenario. Este cambio tan radical, tanto de forma como de fondo se entiende como la ruptura entre rito y teatro, y por consiguiente el paso del rito al teatro.

Es de esta forma cuando en Grecia el teatro deja al rito y pasa a constituirse como una nueva e individual forma de expresión. Este cambio llegó principalmente bajo la influencia del racionalismo griego, que hizo que el teatro junto a las demás artes se convirtiera en un accesorio cultural, dejando atrás las manifestaciones populares que constituían el rito. A partir de ese momento el teatro empezó a ser un hecho específico.

De la Grecia antigua al Renacimiento

Fue Aristóteles quien lideraba el movimiento racionalista griego que fue uno de los principales impulsos para que el rito y teatro se deslindaran y el teatro obtenga su condición de accesorio cultural, quien estableció bases firmes para un teatro específico. Estableció la división entre el público y los actores. Señalando que el involucramiento del público con el actor se dará en tanto que este se identifique empáticamente con las desgracias del protagonista y alcance una reflexión que le permita aprender y purificarse.

Con la caída del Imperio Romano, en el siglo V después de Cristo y con el advenimiento del Cristianismo, desapareció este tipo de teatro “pagano” y, durante aproximadamente 10 siglos, el arte dramático sólo subsistió a través de los juglares y trovadores.

Hacia el siglo XII nació el “drama litúrgico”, un teatro ritual que la Iglesia católica adoptó hábilmente como instrumento evangelizador. El “drama litúrgico”, expresado de múltiples formas, como los “misterios” y los “milagros” fue un vehículo de comunión ritual hasta el siglo XV.

Con el “Renacimiento”, Europa experimentó un cambio ideológico y cultural que alejó nuevamente al teatro de su esencia ritual.

Los “siglos de oro” y sus representantes

Llegada la época del Renacimiento el teatro subsistió con compañías errantes. La comedia *Dell'Arte* en el siglo XVI y XVII por ejemplo fue el movimiento que estableció una tradición de drama laico íntimamente ligado al sentir popular.

Durante estos siglos aparecieron también los grandes autores que consolidaron al teatro no sólo como un medio eficaz de diversión e instrucción, sino como una herramienta crítica social: Shakespeare, Calderón de la Barca, Lope de Vega, Juan Ruiz de Alarcón, Tirso de Molina, Cervantes y Moliere, los que mantuvieron al teatro en un equilibrio entre la eficacia y el entretenimiento.

Los representantes de esta época dorada no se limitaban a la dramaturgia. En este periodo no había funciones diferenciadas:

Moliere, por ejemplo, escribía, dirigía y actuaba en sus obras. Estos autores dejaron con su trabajo testimonios de un oficio que se autocriticaba y renovaba.

Herramientas comunicativas del rito

Procesos Cognoscitivos

Los procesos cognoscitivos son los que permiten al individuo entrar en contacto y relacionarse con su entorno. Para entender como ocurre el fenómeno de la comunicación del rito como del teatro es necesario conocer sobre estos procesos cognoscitivos.

La cognición es posible gracias a una estrecha interacción entre los dispositivos fisiológicos, emocionales y psicológicos del ser humano. El proceso cognoscitivo se inicia cuando los órganos sensoriales perciben del exterior unidades de información (formas, colores, sonidos, sabores, olores) que estimulan distintas áreas de la corteza cerebral, las cuales reciben, interpretan y almacenan la información. Cuando ésta llega, se suplementa y modifica con otros fragmentos de información que se están procesando simultáneamente en los distintos lóbulos corticales. Éste no es proceso mecánico; su desarrollo se posibilita gracias a una coordinación viva de complejos fenómenos cerebrales que forman la base de la conciencia humana.

El proceso cognoscitivo puede describirse con cuatro momentos básicos:

1. Percepción sensorial del entorno, convertida en impulsos eléctricos que llegan a la corteza cerebral
2. Distribución y clasificación de los impulsos en la corteza, que, a su vez, los envía al sistema límbico.
3. Asimilación e interpretación de los impulsos de acuerdo con la información preexistente, que se traduce en estados emocionales y/o respuestas intelectuales.
4. Envío de los impulsos emocionales al sistema nervioso del cuerpo, mismo, que manifestará una determinada respuesta fisiológica al estímulo inicial.

El símbolo como medio de conocimiento

El símbolo desempeña un papel singular en el proceso cognoscitivo, ya que se ubica en el área no discursiva de la percepción, afecta directamente al sistema límbico; hace surgir partes del consiente personal y también destierra el inconsciente colectivo. Los símbolos no son exclusivos de la persona ni de la cultura, sino son colectivos en su naturaleza y su origen. Existen imágenes mentales que no provienen de la experiencia personal del individuo, sino que parecen tener un origen innato transmitido genéticamente, las cuales se llaman “imágenes primordiales” que constituyen la herencia simbólica de la humanidad,

independientemente del contexto histórico. Existen constantes simbólicas con significaciones análogas en culturales que no han establecido ningún contacto con otras. Esto ha servido para entender no solo el tratamiento de psique individual, sino también para establecer comunicación entre personas de diferentes culturas.

Las prácticas rituales de todos los tiempos y todas las culturas se valen de la herramienta simbólica para transmitir sus mensajes. Junto con sus interpretaciones rítmicas y sonoras hacen que el participante una su ritmo individual con los ritmos cósmicos.

Procesos comunicativos

Uno de los objetivos del rito, tanto en las especies animales como en la humana, es crear “medios para aumentar la eficacia de la función comunicativa. En los animales la información transmitida es de orden genético, mientras que en los humanos es de orden cultural. Otro de los objetivos de la comunicación ritual es el de permitir que dos o más individuos realicen una mayor coordinación respecto a una determinada acción o finalidad. En este nivel, el ritual produce un “efecto de grupo”. Entonces el rito no solo tiene la finalidad de transmitir o reforzar patrones culturales, sino que además crea las condiciones adecuadas para el establecimiento de lazos entre dos o más individuos.

El hecho de que los participantes puedan interpretar los códigos simbólicos y metafóricos dependen de su conocimiento del sistema cognoscitivo que comparte con los demás miembros.

Un ejemplo: una persona educada bajo la religión cristiana y que viva en Quito asiste a un ritual en las comunidades del Oriente. Los miembros de esta comunidad protagonizaran danzas y cantos que para ellos tienen un significado profundo, pues son parte de su identidad y su existencia. La persona que viene de fuera puede compartir esta vivencia e incluso interpretar físicamente un momento específico del rito (danzar o ingerir algún preparado), pero no tendrá acceso a gran parte del significado de este ritual, ya que no es propio de su cultura, y no lo entiende ni lo concibe igual que los miembros de esa comunidad oriental. A menos que se le haya instruido acerca del mismo y éste dispuesto a participar. Si embargo existen ciertos elementos fundamentales en todo rito que, independientemente de su contexto cultural, producen un profundo impacto en el participante propio y ajeno.

De esta forma, los ritos se revelan como medios de comunicación profunda. La profundidad de tal comunicación dependerá no solo de los lazos que puedan establecerse entre los individuos o de la información que pueda trasmitirse, sino fundamentalmente por la capacidad que

tenga la situación ritual de provocar en el individuo un alto grado de introspección o “trabajo interno”.

En el momento que una persona entra en contacto con áreas profundas de su ser sin bloquearse del exterior, podrá abrir canales de comunicación con la profundidad de su semejante.

Introspección y trabajo interno

Estos dos términos se refieren al proceso de auto observación y autorreflexión que permite al individuo, mediante su propia subjetividad, comprender su situación personal en relación con el medio que le rodea. El rito es un juego orgánico entre el mundo objetivo y el mundo subjetivo, en el que hay una constante retroalimentación. Este juego es extracotidiano y, por lo tanto, sumerge al individuo en un ambiente que favorece un estado de percepción subjetivo.

Otro elemento que utiliza el rito es el mimetismo, que se manifiesta cuando el hombre busca imitar las fuerzas naturales, y por lo tanto, ponerse en armonía con ellas. Al descubrir una analogía entre los ritmos internos y externos, a través del juego exploratorio provocado por el ritual, el individuo se percata de que, al mirar hacia su interior, también mira al exterior y viceversa. Esta tensión dialéctica hace de la

introspección no sólo un medio de conocimiento, sino también de comunicación y comunión.

Este proceso se vuelve dinámico e impactante desde el momento en que el rito involucra al cuerpo en acciones físicas determinadas. La actividad física ritmada y sincronizada con el entorno provoca una serie de tensiones corporales que mantiene al individuo en estado de alerta o de trance. Así el impacto visual-auditivo, junto con la tensión corporal extracotidiana, introduce al participante en un espectáculo interno capaz de relajar las defensas conscientes y de dar paso a las experiencias subjetivas que se encuentran en niveles más profundos. Este es un proceso psicofísico que propicia el despertar de lo que se conoce como “inteligencia biológica” y que se encuentra en el fondo del proceso comunicativo.

Herramientas comunicativas del teatro

El discurso representacional

Aristóteles en sus escritos dio importancia al texto dramático y a través de este se comenzó a difundir la idea del teatro no sólo como representación, sino también como género literario. Esto condujo, incluso, a que durante muchos años el teatro se convirtiera en un evento dialogado y se restara importancia al resto de los elementos que

interviene en la representación. Un texto teatral es algo creado para cobrar vida en la representación.

Estructura dramática del drama general

Existen tres elementos que constituyen la forma del drama general:

1. La estructura del planteamiento, desarrollo y conclusión, que requiere, entre otras cosas, de una motivación para contar una historia en la que se incluyan:
 - Un tema de interés universal, social e individual, conocido o nuevo.
 - Una historia real o fantástica, corta o larga, de final feliz o infeliz.
 - Un conflicto de individuo, de grupo o de masas.
 - Un personaje ordinario o extraordinario.
 - Un hecho real, actual o del pasado.
 - Una fantasía propia o ajena, extraordinaria o simple.
 - Una idea nueva e inoperante o ya conocida y aceptada.

Así la obra plantea un problema al que se enfrentará un personaje y, muestra las causas de dicho problema. Las circunstancias de este y la forma en como encara estas circunstancias determinarán el género en que se clasificará una obra. Todo esto, sin olvidar que el drama no es

narración sin acción que debe mantener la atención del público. En este punto, el texto dramático se diferencia más claramente de la novela y del cuento, ya que, al entrar el elemento “representación” en la manera de contar la historia, su duración y su ritmo están supeditados a ella, de tal forma que, por ejemplo, el drama exige un clímax más intenso, en la mitad de la última parte de la obra; en el cuento o en la novela, casi siempre el clímax se ubica justo antes del final.

2. *La dinámica dramática supeditada al mecanismo de apreciación, expectativa y acción interna*, lo cual se refiere propiamente a la reacción en el público a una acción que se presenta en escena. En este sentido el espectador participa de manera interpretativa, primero interesándose en la problemática planteada; luego, involucrándose, identificándose y/o criticando la acción y, por último, emitiendo un juicio de valor. Todo este proceso aumenta su acervo de conocimientos y de experiencias y lo sitúa como testigo de los acontecimientos.
3. *Movimiento dramático*. Este punto se refiere a que en toda obra dramática ocurren tres momentos: es decir, se parte de un orden que sufre una alteración y que luego retorna al estado original. Esta situación, sin embargo, es variable ya que en una obra didáctica se parte del desorden, se llega a un orden y se regresa

al desorden. También hay obras que concluyen en el caos pero, en todo caso, la idea del arte dramático es mostrar el orden y las diferentes maneras que tiene el hombre de desordenar el mundo y ordenarlo de nuevo, de acuerdo con las circunstancias.

Se puede concluir que el eje del proceso comunicativo teatral se ubica en la acción y la forma en que ésta concentra la atención tanto de intérpretes como de espectadores sobre el texto representacional.

Signo, señal y símbolo

Aunque se conoce que la fuerza del teatro occidental está en el discurso hablado, existen otros elementos, otros aspectos del lenguaje teatral que sirven para explotar al máximo todas sus posibilidades artísticas, expresivas y comunicativas.

Cuando los espectadores y los actores participan en un mundo ajeno y lo hacen suyo, se da el proceso de comunicación: un emisor (actor) transmite un mensaje a un receptor (espectador) acerca de su experiencia y, al compartir ambos esta misma experiencia, se logra el fenómeno comunicativo, en donde el que comprende establece una comunicación entre ambos mundos; entiende el contenido objetivo de lo transmitido en cuanto se aplica la tradición a sí mismo y a su situación.

Así el actor logra implicar al público en un mundo “imaginario” y al hacerlo provoca una respuesta interpretativa sobre esta otra realidad. Cada individuo recibe el mensaje de distinta forma, todo depende de su experiencia personal. Las respuestas interpretativas para cada uno son diferentes. Esto es posible gracias al carácter móvil del signo teatral, ya que el signo teatral nunca es igual a sí mismo, nunca es fijo, nunca se repite exactamente, como en el cine o en los programas grabados de televisión.

El teatro maneja varios signos y símbolos que hacen que el público tenga que interpretar lo que sucede para entenderlo. Esto hará posible que el espectador haga suya la experiencia para darle valor o invalidarla según el caso. Y frente a este hecho, Humberto Eco apunta: **“estamos ante un proceso de comunicación siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta interpretativa del destinatario”**.³⁴ Dada esta movilidad en el signo teatral, Humberto Eco lo define como perteneciente a **“la categoría de símbolos clasificados por alguien como naturales y no artificiales; motivados y no arbitrarios; analógicos y no convencionales. En estos términos, el elemento primario de la representación teatral (...) viene proporcionado por un cuerpo humano que se deja ver y que se mueve (...) pero el**

³⁴ ECO Humberto, Parámetros de la semiología teatral, Editorial Helbo, Madrid, 1992, p.43

elemento propiamente semiológico del teatro consiste en el hecho de que ese cuerpo humano ya no es una cosa entre las cosas, porque alguien lo muestra separándolo del contexto de los acontecimientos reales, y lo constituye como signo, constituyendo al mismo tiempo como significantes los motivos que realiza dicho cuerpo y el espacio donde se inscriben”³⁵

El signo y el símbolo teatral son todo lo que está en escena y no únicamente el diálogo. Estos signos y símbolos son sólo comprensibles en tanto que cobran vida y una nueva significación en el contexto de una representación. Todo lo que está en escena afecta, en primera instancia, a los sentidos, y más tarde se transforma en elementos que se racionalizan y pueden entenderse como símbolos, signos y señales que forman el mensaje de una representación. Así se pueden definir estos tres conceptos: **1.Símbolos:** un símbolo se presenta cuando dos elementos pertenecientes a contextos culturales diferentes se relacionan. **2. Signo:** un signo existe cuando dos elementos del mismo contexto se relacionan. **3.Señal:** la señal se da cuando dos elementos (a y b) se relacionan mecánica y automáticamente: a) desencadena b) el mensaje y la entidad portadora del mensaje son sólo dos aspectos de la misma cosa. Todos los animales, incluido el hombre, en todo momento responden a una gran variedad de señales. Las señales, los

³⁵ ECO Humberto, Parámetros de la semiología teatral, Editorial Helbo, Madrid, 1992, p.27

símbolos y signos son acciones expresivas, cuya función comunicativa es decir algo sobre el estado de las cosas tal como se encuentran. Pueden también pretender alterarlas por medios metafóricos, como las ideas que se expresan a través del habla. Esas acciones también se refieren a gestos y conductas en general que ayudan a elaborar un mensaje. **“El criterio estructuralista permite hablar de la comunicación en dimensiones más vastas, que no circunscriben al suceso comunicativo en un intercambio de ideas por medio de un discurso, sino que otorga al fenómeno comunicativo un carácter de universalidad al incluir elementos no verbales como parte de los mensajes que constantemente se transmiten y reciben.”**³⁶.

En la comunicación en general, desde este punto de vista, pueden presentarse relaciones entre diferentes elementos, para así formar los signos, símbolos y señales de que está elaborado todo mensaje. Se puede hablar de dos tipos de relaciones: en primer lugar, las “metonímicas”. Son relaciones de signo, en las cuales se asocian ideas o conceptos referentes al mismo contexto. Se trata de una relación contigua y lógica. En segundo lugar, están las relaciones “metafóricas”, en las que los signos pertenecientes a contextos diferentes logran

³⁶ PRIETO STAMBAUGH Antonio, MUÑOZ GONZALEZ Yolanda, El teatro como vehículo de comunicación, Editorial Trillas, México, 1992, p. 65

relacionarse gracias a la capacidad humana de la imaginación. Estas relaciones son posibles en las artes: la poesía, la pintura, y el teatro. Las relaciones metafóricas son parte esencial de la representación teatral: un hombre, el actor se convierte en símbolo de otro hombre, de una idea, de un Dios o de un ideal. Es la materialización de una presencia que cobra vida por medio del actor en el marco del escenario. Se mueve, actúa, tiene vida. Son estos recursos metafóricos los que dan al teatro ese carácter móvil, gracias al cual cada espectador interpreta de manera distinta las metáforas y las hace suyas de acuerdo a sus experiencias personales previas.

Además dentro de la misma representación, pueden darse relaciones metonímicas, puesto que se está creando un contexto diferente y único que agrupa varios signos y símbolos, y les otorga un significado distinto al habitual.

De esta manera a su vez, se crea una metáfora general que el público entenderá como “representación teatral”.

Las relaciones metafóricas que se dan en el teatro en general hacen posible provocar una respuesta interpretativa en el público, gracias a la cual se genera un proceso de comunicación durante la representación.

Para lograrlo el teatro se vale de la fusión de una serie de elementos, como la música, la danza y el texto de la obra. Todo esto forma un código específico para cada representación, de acuerdo con el énfasis

que se desee dar a un determinado elemento para cumplir el objetivo comunicativo de la obra.

Proxemia: el lenguaje del espacio

La proxemia es el conjunto de teorías y observaciones que estudian la manera en que el hombre emplea el espacio. El espacio que rodea al hombre es parte de un completo conjunto cultural. De esta manera, la disposición espacial no sólo expresa, sino crea una manera de pensar y de ver las cosas. Esto se puede concluir a través de un estudio de territorialidad que aplican los animales, el mismo que llega a tener expresiones de tipo ritual. Como parte del reino animal, el ser humano establece campos territoriales (los espacios vitales) que en ocasiones defiende agresivamente. Como animal simbólico y cultural, el hombre cuenta con un “lenguaje espacial” que varía de cultura en cultura.

Existen cuatro tipos de distancias físicas dentro de las relaciones humanas: la distancia íntima, la distancia personal, la distancia social y la distancia pública. Cada una varía de una cultura a otra. Es importante enfatizar el papel que juega la percepción, el estado mental y el desplazamiento físico dentro de la proxemia, elementos que hacen posible la distinción entre la distancia física y la distancia psicológica, con las cuales debe jugar constantemente el actor en escena.

Kinesis: gesto y movimiento

La kinética se la puede definir como una especie de “lingüística corporal”, con la cual cada actitud se encamina para comunicar algo. Según Umberto Eco la kinética **“es el estudio de la significación de los gestos, de las expresiones del rostro, de las actitudes motrices y de las posturas corporales”**.³⁷ **“Fue Birdwhistel quien realmente impulsó a la kinesis, ya que analizó el lenguaje del cuerpo como los kinos, es decir movimientos muy elementales que son la base de un movimiento específico; así un conjunto de kinos forma un kinema, que equivale el lingüística al fonema. Al combinarse varios kinemas se forman los kinomorfemas que en lingüística equivalen a los morfemas. Birdwhistel apunta que existen tres campos diferentes de estudio de la kinética”**.³⁸

-
1. Prekinética: se refiere a los determinantes fisiológicos de los movimientos.
 2. Microkinética: es el análisis de los movimientos expresivos a partir del concepto kinemas.
 3. Kinética social: se refiere a la cuestión cultural de los gestos, mímica y posturas; es decir, su significado y su función en una cultura determinada.

³⁷ PRIETO STAMBAUGH Antonio, MUÑOZ GONZALEZ Yolanda, El teatro como vehículo de comunicación, Editorial Trillas, México, 1992, p. 71

³⁸ HELBO, André, Semiología de la representación: teatro, televisión, comic, p. 51

Sobre la kinética social: ningún movimiento corporal puede interpretarse correctamente si no se considera el contexto del cual proviene, a nivel cultural o secuencial, como en el caso de la lingüística.

El teatro utiliza con gran intensidad todos los significantes kinéticos para expresar su mensaje. Su valor dependerá justamente del manejo de estos significantes, que son:

- a) indicios: son los pequeños gestos y movimientos corporales conscientes o inconscientes, innatos o aprendidos que denotan un estado de ánimo (cólera, alegría, tristeza, etc).

Para quien participa en el teatro es muy importante conocer las posibilidades expresivas que tiene en su cuerpo y su rostro. Esto le permitirá no solo transmitir emociones a los demás sino también a sí mismo con la intensidad necesaria como para hacerlas verosímiles. En cuanto al rostro varios estudiosos creen que lo más significativo es la mirada.

Un ejemplo: algunos estudios señalan que la pupila del ojo se dilata no solo cuando percibe una luz tenue, sino que también implica un estado de ánimo. Sin embargo, aunque de alguna manera las asociaciones de algunos gestos con ciertas emociones pueden catalogarse como

indicios, en realidad cada emoción particular está asociada con un gesto y sólo con éste.

Por otra parte, los indicios kinéticos también denotan el grado de intimidad entre dos personas, estos se llaman “signos de nexo”. Aunque no transmiten un mensaje propiamente dicho, permite que otra persona (incluso el mismo interlocutor) sepa que tipo de relación hay entre dos personas. Aquí la mirada juega un papel muy importante por sus posibilidades expresivas. Esta es un indicio que regula la comunicación: el rehuir del contacto visual, es una forma de poner distancia en una situación de proximidad que se siente demasiado grande, ya sea proximidad física o psicológica.

El actor debe conocer todos estos factores de expresividad, que se vuelven en verdaderas herramientas para lograr una relación comunicativa con su público. Un actor debe conocer las capacidades de su propio cuerpo: esta es la base de la teoría que impulsó a estudiar todos los mecanismos no verbales que sirven para llegar con una buena interpretación, es decir poder provocar todos los sentimientos que vienen del actor a el público.

a) símbolos: un símbolo se refiere a un nexo cultural y arbitrario en el que dos sucesos u objetos pertenecientes a distintos contextos logran asociarse para dar una imagen determinada. El indicio es espontáneo y

el símbolo requiere un trabajo intelectual para su elaboración e interpretación.

En cuanto al lenguaje corporal, los símbolos son aprendidos y conscientes, aunque por su uso frecuente pueden convertirse en actos casi reflejos. Un símbolo kinético puede ser la manera como se mueve las manos en señal de saludo. Estos símbolos sirven además, para explicar parte del fenómeno comunicativo que ocurre en el teatro, ya que son valiosos elementos de expresión como de autoconocimiento del actor.

b) signos: los signos kinéticos tienen como fin transmitir un mensaje al interlocutor por medio del lenguaje corporal. Estos mensajes pueden comunicarse por medio del discurso , la diferencia es el empleo de un código no verbal.

El signo corporal puede tener naturaleza indiciaria o simbólica, dependiendo del momento y las circunstancias en que se emplea y que, de alguna manera, lo separa del indicio o del símbolo. Por ejemplo, una sonrisa es indicio de alegría, pero en las relaciones sociales puede ser signo de simpatía o reconocimiento.

El signo es un comportamiento aprendido, lo cual implica diferencias culturales en la manera de efectuarlo, y esta naturaleza

cultural es el factor más importante para identificarlos y determinarlos como signos y no como indicios o símbolos. Los signos aunque tengan un origen común, dejan lugar a interpretaciones culturales diferentes. Esto permite descubrir, aunque con cierto grado de dificultad, cuándo un gesto es un signo, un indicio o un símbolo. Todas estas señales cumplen funciones muy específicas en el proceso comunicativo, algunas de ellas son:

1. Función cuasilingüística: las expresiones kinéticas podrían ser el equivalente a frases, palabras, etc; como una especie de traducción a otro lenguaje, a otro código.
2. Función de apuntalamiento del lenguaje: es una especie de apoyo, de refuerzo al discurso hablado, para hacerlo más contundente, convincente y entendible.
3. Función expresiva: hay ciertos gestos que no llevan la intención explícita de comunicar, sino que son la exteriorización de un estado de ánimo, y generalmente son involuntarios. Al reconocerse como tales, como desenmascaradores, pueden minimizarse o transformarse en otros para ocultar las verdaderas emociones; es el caso de la sonrisa que se emplea para esconder un sentimiento de decepción o de enojo.

4. Función impresiva: es la que trasmite una impresión, por ejemplo parpadear para mostrar asentimiento. Puede ser voluntaria o involuntaria.
5. Función relacional: son los comportamientos que señalan el tipo de relación entre dos personas: una mano en el hombro puede significar un afecto protector.
6. Función de regulación: hay gestos y movimiento que funcionan como “signos de puntuación” en una conversación, por ejemplo levantar la mano para pedir la palabra.
7. Función simbólica: dentro de esta función se ubican todos los gestos y movimientos que se realizan en el ritual, como hincarse, hacer el signo de la cruz con la mano.

Un mismo movimiento o gesto puede tener varias funciones. Sin embargo, lo importante es la manera en que el actor se sirve de su cuerpo para emitir un mensaje artístico por medio de una representación.

El cuerpo humano deja de ser una cosa para convertirse en signo cuyos significantes son el lugar, el tiempo en el que se mueve y la manera en que lo hace.

Cuando un actor está sobre el escenario y dice “yo”, en realidad no habla de él, sino de aquél a quien denota, y se convierte a sí mismo en

un símbolo de alguien que se encuentra en una determinada circunstancia. Así, una persona se convierte en un símbolo que comunica ideas, sentimientos y pasiones que no son suyos, pero de los cuales participa por su carácter universal. El actor debe valerse de todo su cuerpo para lograr autentificar el mensaje que quiere transmitir. Esa nueva realidad que se está mostrando solo podrá ser receptada en toda su máxima expresión si el actor le otorga toda la validez que necesita con su buena o mala interpretación.

El deber del actor es llevar sentimientos intensos y para eso deberá valerse de su propia fuerza dentro de la interpretación. Su cuerpo, sus gestos más que las palabras tienen que traer a la escena sensaciones nuevas creadas dentro del marco de la interpretación y hacer que el público las sienta naturales, reales y que sea el mismo, el público, el que permita que estas fluyan dentro de él y de esta forma sentir intensamente.

Paralinguística

Es el estudio de las entonaciones, de las inflexiones de voz, de las diversas significaciones de un acento, de un susurro, de una vacilación, de un fonema, de una inflexión, hasta de un sollozo y de un bostezo.

Música, danza y canto

De todas las herramientas comunicativas del teatro, éstas son las más antiguas porque provienen directamente del rito. La música tiene la capacidad de ingresar por los oídos y luego a los sentidos. Esto hace que la sensibilidad aflore en el hombre y a su vez esto permite que él se encuentre en un estado idóneo para sentir más intensamente lo que ve y lo que oye.

La música lo sumerge en el momento del “aquí y el ahora”. Es decir este el componente musical hace que el público viva la escena más concentrada y se abstraiga a la nueva realidad representada. Estas reflexiones son importantes ya que señalan a la música como una “herramienta comunicativa” para la evocación de un universo simbólico-subjetivo dentro del marco representacional.

Por medio de la música se expresan emociones e ideas muy íntimas que rebasan las palabras. A través de la música se puede dejar fluir un diálogo profundo entre los actores, que permiten que el espectador lo perciba no con palabras sino a través de los movimientos, y expresiones sentidas que se despliegan de este diálogo.

Por su parte la danza es otro elemento que permite “ver” emociones que no se pueden expresar con palabras. Son los movimientos del cuerpo capaces de provocar sensaciones mientras fluyen libremente.

Actualmente los dramaturgos han reconocido la vitalidad de la danza como un metalenguaje que reconcilia al cuerpo con el espíritu.

En la preparación del actor en el teatro moderno la danza a recuperado su espacio e importancia como herramienta expresiva gracias a la cual es posible comunicar emociones más intensas que las que se puede lograr mediante el uso de la palabra y el gesto.

Por consiguiente, la música y la danza son lenguajes simbólicos capaces de dirigirse a la “conciencia simbólica” del espectador en un nivel subjetivo, pero a la vez colectivo. Su comunicación no es fija, lineal u objetiva, sino dinámica y polivalente, es decir poética.

Ambientación

La puesta en escena es lo que realmente da vida al teatro y lo convierte en un arte vivo y rico en significados que varían según el estilo de dirección, así como de una época a otra. Cada uno de los elementos que intervienen en la puesta en escena puede considerarse un código, por tanto el teatro se convierte en una “pluralidad de códigos”.

Uno de ellos es la escenografía que cumple con la función semántica de ubicar al público en un tiempo y un espacio específicos, no sólo físicos, sino también psicológicos. Cada elemento ubicado en la escenografía debe connotar no sólo una ubicación de lugar y tiempo,

sino dramática: hablar de la situación del actor, narrar la historia y apoyar a las acciones y a las emociones. Los objetos en el escenario, además de crear un ambiente, tienen funciones dramáticas dentro de la misma representación. El actor también debe establecer una relación muy estrecha con el escenario.

El escenario y los objetos que contiene, también son un código que expresa una gran cantidad de información acerca del personaje y su circunstancia, no sólo al público sino también al actor.

Un elemento significativo en la puesta en escena es el vestuario, que para ser adecuado y expresar una condición psicológica y social debe diseñarse de acuerdo con el esquema histórico y mental en el que se lleva a cabo la obra. El vestuario debe contribuir a que el espectador descubra en la representación una serie de ideas, de momentos históricos o mentales; sin embargo, no debe distraerlo de la esencia de la obra.

El vestuario es un instrumento importante en la creación de una realidad escénica. Debe facilitar la evocación y ofrecer al público el mensaje que no se incluye en el diálogo acerca de los personajes y sus circunstancias. Como parte del vestuario, la máscara y el maquillaje también tienen una función dramática específica, que consiste en subrayar las facciones. Todo maquillaje permite al actor transportarse al plano de lo extracotidiano

y enriquecer la fuerza expresiva de su rostro.

El vestuario y el maquillaje pueden considerarse un código independiente que no debe tomarse por un disfraz: debe ser parte de la esencia de un personaje que participa en una narración.

Quienquiera que haga teatro, y por tanto deba articular la significación a todos los niveles del comportamiento, no puede ignorar esas técnicas, que por el hecho de ser técnicas de explotación de lo que está codificado, se convierten en instrumentos formidables para la articulación de la simulación.

3.7 Restauradores de la comunicación teatral

Los genios de la teoría y la práctica teatral del siglo XX han contribuido a cambiar la forma como los seres humanos han concebido al teatro y al arte en general. Lo que estos autores han propuesto ha beneficiado a una mejor comunicación dentro y fuera del espacio escénico. Además han buscado trazar lazos para una comunicación creativa.

3.7.1 Constantin Stanislavski

Stanislavski es sin duda, uno de los maestros de mayor importancia en el arte teatral contemporáneo. Todo su trabajo está dirigido hacia la meta que lo hizo trascender: el desarrollo de todas las posibilidades técnicas y psicológicas en el actor para que no se convierta en un mero

“representador de ficciones”, sino que a través del trabajo consigo mismo en todos los planos, fuera capaz de crear una nueva realidad. Así el actor se convierte en la posibilidad para materializar todo eso que está en el plano del “pudiera suceder”. Es capaz de comunicarse y llegar a través de emociones, energía, poder y sentimientos, partiendo de las posibilidades físicas y psicológicas del ser humano. Para que un actor logre comunicar la “nueva realidad” debe trabajar arduamente y el objetivo principal de ese trabajo debe ser el hacer verosímil, intensa y altamente perceptible la historia representada para el espectador.

En primer lugar Stanislavski propone el “como si” para alcanzar esta nueva realidad. Este “como si” permite actuar con sinceridad; es el equivalente a la empatía en comunicación: ¿qué haría yo si me encontrara tal situación?. Esto permite en primera instancia, entrar en contacto con las “circunstancias dadas” que rodean a un personaje para saber cuál es la manera lógica en que una persona sentiría o actuaría “si” le pasara lo que el autor plantea. El “como si” es muy útil para que el actor verdaderamente crea en lo que está sucediendo en escena y así pueda comunicarlo a sus compañeros y a su público. Para que el “como si” resulte verdaderamente efectivo el actor debe estar muy concentrado envuelto enteramente dentro de la escena y ubicarse en el “aquí y ahora” de la acción. Esta premisa es uno de los ejes principales de su teoría: un actor que use todas sus energía para

comunicarse sólo con su público y no con el mismo, con los demás actores ni con sus circunstancias, es solo un exhibicionista que ha perdido el camino para la realización plena del arte teatral.

Para Stanislavski comunicarse en el teatro requiere de una disciplina que en algunos casos hasta rebase los límites mismos del teatro. El actor debe trabajar constantemente no solo dentro de la escena sino también fuera de ella. Debe volverse un cazador de momentos, es decir debe vivir sus propios momentos de la vida real para luego aplicar los sentimientos que experimentó en estos, a sus representaciones posteriores. Nunca es posible expresarse en torno a algo si no se lo ha sentido, no se puede comunicar lo que no se ha vivido. Por eso es tan importante el “como si”, porque permite, mediante una combinación de experiencia e imaginación, crear una nueva vida que sólo es posible en el plano de esa otra realidad que se crea a su vez en el teatro.

Stanislavski propone una serie de alternativas y ejercicios para que los actores consigan este nivel y se lleve a cabo una correcta comunicación en la representación teatral.

En primer lugar el actor deberá alcanzar una óptima comunicación consigo mismo, con el personaje y con los objetos de la escena. Stanislavski pone especial atención en la importancia del autoconocimiento de las posibilidades expresivas para lograr los objetivos artísticos y comunicativos de la obra, no sólo para el

espectador, sino también para los compañeros de escena. Stanislavski señala que es preciso establecer una comunicación constante y continua con los otros actores, involucrarse también con la parte del otro, sin perder los detalles de uno mismo y hacer que este conocimiento del otro le sirva de apoyo para uno mismo. El actor debe hablar con los personajes de los otros actores, no con los actores, esto ayudará a afianzar aún más la relación de proximidad que deben mantener para que la representación resulte lo más real posible. Pero esto precisamente implica que el actor no debe actuar especialmente para el público. El actor debe vivir la escena y tomarlo al público como un “objeto imaginario” que se encuentra en la escena y comunicarse con él de esta forma. Todo esto implica también que el contacto que el actor tenga con su público debe ser indirecto e inconsciente, pero siempre mutuo: el público devuelve emociones vivas y humanas si el actor se las proporciona. Desde esta perspectiva, la relación con el público es un tanto ambigua: hay que actuar para el espectador, pero como si no estuviera. Debe recordarse que una de las premisas del sistema de Stanislavski es la atención dirigida hacia el “aquí y ahora” y “como si” en verdad se estuviera viviendo y sintiendo lo que ocurre en la escena, sin perder de vista que se trata de la creación de una nueva realidad y no de una ficción. Si el actor no cree en la trama de la obra,

difícilmente podrá llegar a comunicar verdaderamente con su interpretación.

Stanislavski señala que hay solo tres formas válidas de comunicación en el escenario que permiten establecer un contacto adecuado con el público y transmitirle emociones verdaderas, en las que pueda creer:

1. comunicación directa o indirecta con un objeto en escena o indirecta con el público.
2. comunión consigo mismo.
3. comunicación con un objeto ausente o imaginario.

Además Stanislavski señala dentro de su sistema que es conocido como psicofísico hay un tipo de comunicación básica: la que se efectúa por medios no verbales, es decir no sólo gesticulaciones, sino también la mirada, ya que esta expresa las emociones más íntimas. Esto obliga a que el actor sienta verdaderamente lo que quiere representar porque esta es la única manera de irradiarlo. Para esto se necesita un trabajo exhaustivo por parte del actor, pero al mismo tiempo suave, ya que el “como si” tiene que llegar libremente, tiene que ser sentido sin presiones, se tiene que dejarlo fluir con naturalidad. Aquí radica la importancia de la comunión: si el flujo de energía entre dos actores no es mutuo y constante, la comunicación es imposible, la actuación se vuelve mecánica y artificial y no puede convencer a nadie. Por eso es

tan importante la comunión consigo mismo y con el personaje, de esta forma la representación será más real.

La base para lograr un proceso de comunicación en el teatro es, sobre todo, dar verdadera vida a la ficción y hacer tangible lo que sólo es posible.

3.7.2 Bertolt Brecht

El teatro de Bertolt Brecht pregona el cambio, la transformación constante, tanto de todo lo que representa la obra y la puesta en escena como del mismo público. Para lograrlo, Brecht considera necesario crear un tipo de representación donde el público, el mismo actor, los escenógrafos, los coreógrafos, etc; no se sientan muy involucrados con la trama como para perderse en ella.

Su compromiso es con la crítica de lo representado: valores, moral, circunstancias. Esta crítica sin embargo, no es pasiva: el teatro de Brecht representa a la sociedad y a la naturaleza humanas como algo con posibilidades de transformar, lo cual responde, naturalmente, a una pasión personal de Brecht por la teoría sociológica marxista: el materialismo dialéctico.

Bertolt Brecht señala que el mundo de hoy ha sufrido muchos cambios y que la gente ha cambiado su forma de relacionarse. Él cree que ante eso es preciso adoptar una actitud crítica, lo cual hablando del teatro,

se logra retomando todos aquellos elementos y personas que participan en la transformación del mundo.

Tomando en cuenta esto, pudiera parecer que se trata de un teatro estrictamente didáctico, pero no es así. Aunque su estética se aleja de los cánones tradicionales, el teatro de Brecht no olvida que es un arte, y que su fin primario es entretener y divertir. El compromiso de este autor es alcanzar esa libertad de divertirse instruyendo. Le gusta mostrar a la sociedad con sus defectos y virtudes, extraídos de la sociedad.

Brecht basa sus trabajos en las contradicciones de la vida, en las inconsistencias de las historias que rodean al mundo. En los contrastes presentes en la sociedad, ante los cuales propone cambios a través de su arte. Este amor por las contradicciones también se origina en la visión dialéctica de Marx: solamente lo contradictorio, lo que está en pugna consigo mismo es susceptible de ser transformado; lo inmutable, lo estático, está muerto. El cambio es necesario para que la vida continúe.

Esta postura hacia la labor del teatro implica que toda ilusión se elimina de la escena: los estereotipos, las situaciones armoniosas o felices, así como las extremadamente trágicas no existen. Y para proyectar este realismo y poder palpar esta contradicción permanente en la vida, es necesario un profundo trabajo de actuación y dirección.

El actor debe ser una especie de “prestador de su cuerpo” para que simplemente de vida al personaje, lo represente y lo narre en un tiempo y espacio determinados. Su actuación debe facilitar al espectador una observación crítica y pueda descubrir las actitudes transformables.

Para lograr este tipo de actuación, Brecht propone el *distanciamiento*, concepto, que es una de sus aportaciones más importantes al teatro contemporáneo: **“una representación distanciada dice Brecht, es una representación que permite reconocer el objeto representado pero, al mismo tiempo, lo hace ver como algo extraño.”**³⁹

Para alcanzar este distanciamiento, el teatro medieval, por ejemplo recurría a las máscaras de personas y animales. El distanciamiento brechtiano parte del concepto de que todo es esencialmente transformable, haciendo parecer extraño e inexplicable lo que se considera cotidiano, rutinario o familiar.

3.8 El teatro en el Ecuador

Desde los inicios mismos del teatro en Grecia y Roma donde nace y toma forma, este cruza a lo largo del tiempo por todo el mundo. De su esplendor en Europa y su trascendencia en Asia cruza el Atlántico y llega a América, donde ya el pueblo indio también se expresaba en un

³⁹ PRIETO STAMBAUGH Antonio, MUÑOZ GONZALEZ Yolanda, El teatro como vehículo de comunicación, Editorial Trillas, México, 1992, p. 143

sentido afín como lo hacían en China y Japón, sin influencia europea. Pero el teatro aborigen no tenía la estructura convencional de lo que se concebía como representación escénica, era un teatro con más afinidad al griego de las primeras épocas, al egipcio y a la expresión asiática primitiva. Era aun teatro a su manera, que recibió la inyección del concepto español de farsa, para reemplazarlo definitivamente.

Antes de citar casi cronológicamente el desarrollo del teatro en el Ecuador, desde el precolombino hasta el histórico, es importante señalar apuntes que permiten hilvanar la historia del teatro ecuatoriano.

El historiador Ricardo Descalzi comenta que el teatro ecuatoriano se inició con José Joaquín y Olmedo y que en fechas tan tempranas como 1839 se representó en Loja "El triunfo de la religión" una obra de autor anónimo ante el Presidente Flores. Entre Guayaquil y Loja se disputaban el primer lugar en cuanto a representación teatral.

Por otra parte, en la época del Presidente García Moreno, Quito se vuelve más dinámico y organizado. El Estado impulsa proyectos públicos de corte neoclásico de filiación francesa, alemana o italiana que simbolizan y reforzaban su propio poder.

El nuevo pensamiento y los movimientos post-independentistas, plantearon la idea de abandonar aquellas prácticas de fiestas populares patronales como las "corridas de toros" e implementar el teatro y otras formas de expresión de corte laico.

Luego de estos apuntes se puede citar los inicios mismos del teatro en el Ecuador, desde lo primero que se tiene memoria que son los vestigios precolombinos.

3.8.1 Teatro precolombino

Según el primer compilador del folklore ecuatoriano, Paulo de Carvalho Neto, las imágenes del teatro precolombino están reseñadas en lo que fue una de sus primeras manifestaciones, a comienzos del siglo XVII “la conquista de Huaynacapac y el castigo de los rebeldes en Quito”. A partir de esta representación siguen apareciendo otras en el mismo tono. **“Entraron en la plaza los ejércitos de la última Reina de Quito y del Inca. Los de la primera estaban compuestos de compañías de las ocho naciones llamadas: quillaisingas, jíbaros, cojanos, litas, quijos y gungas.**

Todos componían un número de más de cuatro milo hombres aramafos con las armas propias de los indios, a saber: hondas, flechas, porras, hachuelas, chuquis y los instrumentos que se usaban como pífanos, angaras y atambores. El inca traía consigo cuarenta mujeres con sus orejeras y patenas de plata y brazaletes. Ambos ejércitos marcharon con sus bagajes de chicha, de ají y coca, que venían en una multitud de llamas. Los

jefes o capitanes estaban con los rostros enérgicos y ostentando un lujo extraordinario...”⁴⁰

Los recopiladores de la historia coinciden que relatos de iguales características a este, eran los que estaban presentes en esa época. Es decir, todos mantenían ese estilo y contaban hechos de luchas y enfrentamientos entre poblaciones en las que se dejaba ver los diferentes tipos de relaciones entre los más poderosos, el poder y los débiles. En resumen, ellos contaban las propias vivencias de la época que eran suyas. Dentro de este período se destaca una fiesta que podría haber sido representada más allá de la solo celebración hasta llegar al perfil teatral, esta es el “Capac Raymi”. Formaba parte de los meses y las fiestas en el reinado de Huaynacapac. Se la celebraba concluida la siembra del maíz, como la última fiesta al fin del año. En ella se representaban comedias instructivas y morales, compuestas por las personas más sabias de la familia real para la instrucción del pueblo. Luego de estas comedias empezaban diversos juegos.

En la Costa, el cronista Modesto Chávez Franco, en sus escritos “Crónicas de Guayaquil antiguo” refleja que en esta región también estaban presentes estos mismo juegos escénicos de la serranía. Manifestaciones muy similares protagonizaban los habitantes de esta zona. Este cronista señala que desde 1550 los ciudadanos hacían sus

⁴⁰ Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.12

representaciones al aire libre, como el teatro griego en la plaza principal. Ellos creaban ejercicios y simulacros de ataques y defensas entre indios y conquistadores.

El teatro ecuatoriano de antes de la conquista, es decir el precolombino estaba constituido en su mayoría por pantomimas masivas y juegos comunitarios elaborados y representados por personajes especiales que podían llamarse actores.

De esas representaciones se conoce que probablemente se dejaron huellas literarias. Se sabe que hubo una literatura precolombina quichua, y que en ella, junto a la épica y la lírica se cultivó el teatro. Existió un tema recurrente en la época que podría haber inspirado y dado origen a numerosas obras, a lo largo del Tahuantinsuyo: la muerte de Atahualpa.

Se cree que de ese ciclo podrían hallarse vestigios en lo que fue una representación presentada en la ciudad de Loja, hacia 1839, en honor al presidente Juan José Flores, llamada “La tragedia de Atabalipa”

Dentro de lo que fue el teatro precolombino hubo lo que podría catalogarse como un acontecimiento teatral que fueron: las supervivencias folklóricas. Estas eran juegos pantomímicos. Masivos y comunitarios, que recordaban los sucesos y la historia y de sentido ritual y hasta mágico. Las supervivencias folklóricas representan la

esencia misma de la cultura y son afirmaciones de lo que son estas, de su sentir, es decir son su fiel reflejo.

“En este campo de las supervivencias folklóricas, de hechos teatrales, la investigación más importante es de los antropólogos Piedad y Alfredo Costales”⁴¹

La más importante de esas supervivencias es la fiesta de la “Inga Palla”, “Curipacha” o “Guaminga”, conocida con esos tres nombres. Se celebra el 29 de junio (día de San Pedro) en Licán, provincia del Chimborazo. La fiesta conmemora el matrimonio que contrajo el emperador Huayna- Capac con la princesa Cacha- Duchicela, como remate a su empresa de conquista del Reino de Quito. Casi como complemento por su contenido y acciones de esta fiesta, es la que se celebra en la tercera semana de octubre por la Virgen (Pura y Limpia Concepción) y Santa Lucía, en la parroquia Tisaleo de la provincia de Tungurahua. En ambas representaciones los personajes son reyes y plebeyas, jefes y el pueblo en general. Tiene como escenario el campo, la iglesia y la plaza. Su contenido son de luchas y conquistas, rebeliones y encanto por el poder, muerte y vida. El entorno es matizado con la acción de vestidos multicolores con plumas y está animado por loas, retos y arengas.

⁴¹ Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.13

“Según el mayor recopilador del folklore ecuatoriano, Paulo Carvalho Neto, podrían considerarse teatro representaciones conocidas como: “Los Aricuchos”, “Los Caporales”, “Los Corazas”, “La mama negra”, “Sanjuanes” y “Vaca loca”. Aunque ahora estos están adscritos más bien a contextos de regocijo y algarabía y a temas religiosos”⁴²

3.8.2 Teatro colonial

Las manifestaciones teatrales de la colonia se dividen en dos grandes ramas. A la primera pertenecen las representaciones indígenas, que conservan muchos rasgos del teatro quichua precolombino.

El período de la colonia fue la época en que la conquista dejó de ser un hecho evidente para convertirse en un suceso concreto. Marcado por el dominio y la influencia de todo lo que llegaba desde España. La catequización de los conquistados por parte de los conquistadores y lo que esto, significó, el rechazo y acogimiento por parte de otros a esta nueva forma de concebir a las divinidades se vio reflejada en el teatro.

La catequización y la religión fueron los temas recurrentes en estas nuevas interpretaciones que se vivieron durante la Colonia. Personajes y sucesos religiosos marcaban las jornadas del teatro.

⁴² Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.14

El Dr. Manuel Landívar, estudioso del folklore azuayo, apunta este hecho con el estudio de la obra "Auto de los Reyes". **"El escenario de esta es la plaza del pueblo e interviene ochenta y seis nativos. Los personajes principales son: Herodes, Simeón el anciano Zacarías y la Virgen. La obra parece proceder de España, llegada de los primeros siglos de la Colonia".**⁴³

La segunda parte del teatro colonial es criolla. Se conoce que en esta época hubo gran acogida por el teatro.

Fue un momento de mayor libertad y con menos inclinación hacia lo religioso, hasta el punto de decir que el teatro fue en ese entonces una fuente de riesgos para las costumbres cristianas, sobre todo para los jóvenes.

"Sobre esto se tiene noticias por parte del obispo e historiador Federico González Suarez quien narra en su libro "Historia general", que cuando los jesuitas instalaron el colegio de San Luis, en su inauguración representaron la obra: "Convite del Rey Azuero". Esta tenía un tema religioso-eucarístico".⁴⁴ Para el padre e historiador Luis Gallo Almeida, en su libro "Literatos Ecuatorianos", esta habría sido la primera pieza dramática representada en el Ecuador"⁴⁵

⁴³ Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.17

⁴⁴ Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.18

⁴⁵ Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.19

Las fiestas religiosas más solemnes tenían como acto central una sesión dramática. Estas funciones tuvieron siempre un mismo corte: se abrían por una loa recitada, seguían con un entremés y ofrecían como plato fuerte un sainete.

En cuanto a los autores ecuatorianos de teatro colonial, se puede destacar al riobambeño Lucas Larrea que escribió algunas piezas dramáticas. Algunos profesores de colegios jesuitas también creaban obras, sin poder destacar alguna de mayor importancia.

Las fiestas de la Colonia

Las distracciones en la época de la colonia fueron muy escasas y a más de las ya nombradas peleas de gallos y corridas de toros, la monótona vida de una localidad interior como Quito, se nutría de cuentos y chismes.

La población ponía a menudo los ojos y oídos en claustros y monasterios, para enterarse de los acontecimientos que se daban tras sus muros y con frecuencia se tomaba partido por tal o cual personaje que debía terciar en las elecciones provinciales o conventuales internas, terminando por involucrarse los civiles en asuntos netamente eclesiásticos.

También las efemérides religiosas, en especial las de los santos patronos, se festejaban ruidosa y coloridamente, acompañadas de música y danzantes, enmascarados, juegos pirotécnicos, en donde se

servían especiales comidas y bebidas preparadas para la ocasión. La intensa y masiva participación popular en estos eventos cohesionaba a la sociedad y servía de válvula de escape a la dolorosa y dura vida de sojuzgamiento que había impuesto el sistema colonial.

Mucha fuerza tenían las fiestas del carnaval y de los Santos Inocentes con sus mascaradas. No eran extrañas en la vida colonial la representación de comedias, entremeses u otros espectáculos teatrales.

Sin embargo, para su realización no se construyeron locales específicos, montándose tablados al aire libre, preferentemente en alguna plaza o utilizando el amplio patio de alguna edificación, como los claustros de la universidad o de un convento.

También debe recordarse que las religiosas, en la intimidad de la clausura y como entretenimiento exclusivo para la comunidad, montaban piezas teatrales e interpretaciones musicales.

Las celebraciones más importantes, religiosas o civiles, como la llegada de un nuevo Obispo o Presidente de la Real Audiencia, las exequias o coronación de un Rey, se celebraban espléndidamente durante varios días. Así por ejemplo, para festejar la coronación de Fernando VI en 1747, el Cabildo de Quito ordenó entre otras cosas la construcción de un tablado para tres días de corridas de toros, la confección de los retratos de los nuevos monarcas, salvas de artillería

desde la víspera, iluminación de la ciudad durante tres noches, el engalanamiento de los balcones por donde recorrería el desfile del Estandarte Real. Además una marcha de comerciantes aclamando al nuevo monarca, la construcción de un castillo de juegos pirotécnicos la presentación de dos comedias y la distribución de colaciones, dulces y refrescos en las tardes de toros.

Eran comunes en estos festejos los bailes, la concurrencia de los miembros de las clases altas luciendo sus mejores galas, los repiques de campanas, la hechura de "hospicios", arquitectura efímera construida en los caminos y entradas a la ciudad. Así como tarimas y arcos de triunfo en las esquinas de las plazas, adornados con platería, así como cubrir las fuentes de piedra con estos mismos objetos, de tal forma que era imposible adivinar su material original. Los gastos corrían por lo general de cuenta de los fondos públicos y como los festejos eran costosos, en repetidas ocasiones sobre todo en la segunda mitad del siglo XVIII tuvieron que limitarse debido a penurias económicas.

3.8.3 El teatro en el siglo XIX y comienzos de la

República

Según el historiador Modesto Chávez Franco, ya en 1811 venían compañías de comediantes a Guayaquil. El Cabildo de esos años había dispuesto un comisión para que estuviera al tanto de la organización de estos eventos. **“El lugar favorito para estas representaciones era la casa de la familia Meneses. Una casa grande con un patio enorme”**⁴⁶

Guayaquil, contaba con un teatro desde 1857 en donde se presentaban compañías que venían de Europa y estaban de paso hacia Buenos Aires, Santiago, Lima. Estas no podían presentarse en Quito porque no había sala. Ya en la década de los años 60 se formó en Guayaquil un grupo importante de dramaturgos: Juan José Malta, José Matías Avilés y Juan Rodríguez Gutiérrez, quines estrenaban obras en su sala de teatro local.

En 1877 el Congreso ecuatoriano mayoritariamente liberal expresa en un mensaje: "crear un fondo, dice este decreto, un fondo especial y seguro para que puedan establecerse los teatros sino en todos los pueblos de la República, al menos en todas las capitales de provincia y en los demás cantones, y entonces tendréis esparcida la escuela práctica de costumbres, en donde la sociedad ecuatoriana se instruya,

⁴⁶ Rodríguez Casteló Hernán, El teatro Ecuatoriano, colección Clásicos Ariel, Quito, p.19

divierta y moralice" , convirtiéndole al teatro en una escuela de virtudes, como expresa la investigadora Alexandra Kennedy, en su conferencia "De Toril a teatro: la elite quiteña y la apropiación de espacios públicos populares en el Quito del siglo XIX"

Esta claro que la actividad teatral de esta época tendría connotaciones progresistas liberales, y su estilo de construcción confirma la premisa a nivel latinoamericano: el neoclasicismo es la arquitectura oficial del liberalismo.

García Moreno decidió no construir un teatro en Quito, sin embargo permitió que se construyera uno en la ciudad de Guayaquil: el Teatro Olmedo fue estrenado el 3 de enero de 1875, para esta época ya existía el Teatro Solís de Montevideo, el primer Teatro Colón de Buenos Aires y el de Santa Ana de México. A partir de 1870, citamos a Ramón Gutiérrez, historiador: "los teatros realizados en América se contaban por cientos, cada pequeña ciudad aspiraba tener uno como prueba de su rango de urbanización y cultura, era en definitiva un elemento de prestigio imprescindible y en algunos casos su realización precedió a las propias obras de gobierno". A veces no existía alumbrado público y ya había un teatro, era un símbolo de prestigio de las clases sociales pudientes.

En Quito la vida teatral comenzó más tarde. Una de las razones que más destaca para este hecho se debe a que las compañías llegaban a

Guayaquil desde otros lugares desembarcando en el Puerto. Y tenían en Guayaquil su ciudad para actuar y vivir mientras dura su gira. Entre tanto que llegar a Quito fue mucho más complejo, pues no había una carretera que una a las dos ciudades y cruzar la cordillera suponía un gran esfuerzo. En esa época, hacia 1876 Quito disfrutaba como atracción, de las corridas de toros (en días festivos) y de tertulias familiares. La vida social y las distracciones eran muy escasas en la capital. Sin embargo, fue en estos comienzos del siglo XIX y primeros años de vida republicana que aparecen los primeros títulos de obras de teatro ecuatoriano.

3.8.4 Los comienzos del siglo XX

Estos años se caracterizan por una presencia esporádica del teatro, tanto en variedad como en cantidad. Los únicos grupos que existieron fueron extranjeros y estaban de paso. En sus presentaciones pocas veces interpretaban obras del repertorio nacional. Antes de que el ferrocarril llegase a Quito los grupos venían y se iban a los pocos días. En 1905 la Compañía Española Leal actuó en Quito. Así mismo otras importantes Compañías se dieron cita entre Quito y Guayaquil: la Compañía de Carlota Milanés, Díaz de la Haza, Virginia Fábregas, Manuel Casas, Los Soler, entre otros.

Sin duda esta época se ve marcada por muchos intentos de instaurar el teatro de una forma fija en la vida de la sociedad. De ahí que la actividad aunque escasa estaba presente, aunque fuera con Compañías extranjeras. En cuanto a las producciones propias, era muy difícil echarlas a andar, ya que costaba mucho dinero, muchas veces incluso más del que se podía recuperar. Imprimir los anuncios también costaba bastante dinero y no había la respuesta esperada de la gente. Sin embargo, pese a las dificultades, pequeñas Compañías se iban formando y así mismo autores aparecían al son de un teatro que todavía era incipiente pero con grandes muestras de que poco empezaba a adentrarse en el medio, principalmente en Quito y Guayaquil, que eran consideradas los dos focos culturales del país. Así surgieron dos importantes dramaturgos: Nicolás Augusto González y José Eusebio Molestina que comenzaron a estrenar a fines del XIX y siguieron haciéndolo a comienzos del XX.

La novedad en Guayaquil en los primeros años del siglo, es el teatro obrero de Emilio Gallegos del Campo. En 1905 representa "Crimen Social", y en 1911 "Honra de obrero".

Mientras tanto en 1906, en Quito Rosendo Uquillas presentaba "Los dos expósitos", cuyo contenido era una crítica social de carácter religioso, que evidenciaba conflictos entre frailes y monjas.

Se destaca en este tiempo otra figura, él fue Víctor Manuel Rendón. Dentro de la escena ecuatoriana fue respetado y venerado. Representó su primera obra el 26 de agosto de 1922, llamada "Hoy, ayer y mañana". Rendón obtuvo su formación teatral en París, donde había ya representado piezas en francés como "Le Revenant" y estaba relacionado con los círculos aristocráticos de la sociedad guayaquileña. Todas estas referencias tanto de autores como de obras caben dentro de lo que para la época era reconocido como teatro verdaderamente. Paralelo a ellas existían variedad de historias que igualmente eran representadas, aunque no se las podía catalogar como teatro. Esto se debía a la falta de conocimiento del teatro y de potencia creadora de los autores. A la final el resultado de esta época en la vida del teatro ecuatoriano se caracterizó porque fue un teatro que contaba la realidad nacional de ese momento. Se representaba lo que se veía, pues era la mejor manera de hacerlo bien, mostrar lo que se conocía, que era a su vez lo que el público reconocía y disfrutaba más, pues ya lo había vivido previamente. Fue un teatro que arrancaba su sustancia del acontecer nacional. Era un teatro de costumbres locales, de denuncia, miserias y vicios de la realidad de ese momento. Dentro de esta temática se dieron grandes obras que justamente significaron ese reflejo de la realidad: "La pólvora" "Guerra y paz", "Los virtuosos", "El recluta".

3.8.5 El teatro histórico

Esta tendencia que acompaña al teatro de inicios de siglo, en donde había una especial preferencia por representar la realidad nacional, llevó a que apareciera con fuerza lo que podría llamarse el teatro histórico. Este reseñaba en sus representaciones los acontecimientos históricos, las batallas independentistas de los primeros años del siglo 19. Tiene sus bases sin duda en el teatro de inicios de siglo, ya que igual que este relataba las realidades, en este caso las realidades pasadas, que fueron gloriosas y que se convirtieron en históricas. Las jornadas del 2 y 10 de agosto fueron algunas de los más recurrentes episodios de la historia que evocaban una representación teatral. “Las víctimas del 2 de agosto” fue una de las más recordadas. 1919 y 1920 fueron los años en los que se crearon las piezas más importantes de ese tiempo en el teatro ecuatoriano. “Las víctimas del 2 agosto”, drama histórico en 4 actos y en prosa, de Guillermo Dávila fue estrenado en el Teatro Sucre con éxito, por la Compañía Díaz de la Haza, en 1911.

Otra de las obras que destacan en esta época, fue en 1928, sobre Gabriel García Moreno, específicamente el caso de Viola. Él fue un conspirador argentino a quien García Moreno fusiló a pesar de los ruegos de su madre y el obispo.

Hacia 1927 ya existían varios grupos teatrales, entre ellos tres que se destacaron: la Compañía Dramática, el Cuadro Albornoz y la Compañía de Opereta. Fue en este mismo año que ya contando con variedad de agrupaciones se haría un concurso de Compañías.

El florecimiento teatral de esta época inspiró también a jóvenes escritores ecuatorianos que irrumpieron con una inspiración propia proveniente de las tablas y con fuerza: los narradores de los años treinta. En 1924 Humberto Salvador publica “Amor prohibido”.

Pablo Palacio en 1926 aparece con “Comedia inmortal” y Jorge Icaza daba su primer paso como autor en 1928 con “El intruso”.

3.9 El Teatro Nacional Sucre

Antecedentes

Luego de permanecer cerrado por casi una década, el Teatro Nacional Sucre, ubicado en Quito, volvió a abrir sus puertas el 24 de noviembre de 2003.

La recuperación del Teatro Sucre es un antiguo anhelo de los quiteños; constituye un paso más en el esfuerzo de la ciudad por recobrar su Patrimonio Cultural , concentrado de manera especial en su centro histórico, reconocido por la UNESCO como “Patrimonio Cultural de la Humanidad” hace 25 años.

Este magnífico escenario ha permanecido ligado por más de un siglo a la cultura de Quito y del Ecuador. Desde su construcción, en las postrimerías del siglo XIX, hasta hace aproximadamente una década, cumplió un papel relevante en la vida cultural de la ciudad.

Desgraciadamente, la falta de mantenimiento llevó a su penoso cierre, con la consecuente recuperación ciudadana.

A lo largo de la historia el teatro ha sufrido varias remodelaciones en diferentes áreas, cuyo fin ha sido la preservación y rescate del mismo; esto, a su vez ha traído cierres eminentes hasta finalizar las obras.

En el año 1994 se intentó realizar una de las intervenciones más representativas con la ejecución de un proyecto de restauración conjunto entre el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) y el Banco Central, con la participación de la Subsecretaría de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura y la Dirección Nacional de Construcciones Escolares (DINACE), pero problemas de coordinación y financiamiento llevaron a la paralización de la obra. En el año de 1998, la Municipalidad de Quito, a través del Fondo de Salvamento (FONSAL), retomó y reorientó esta obra que concluyó en noviembre de 2003.

El costo aproximado del proyecto fue de \$ 4' 820. 000. Las principales obras ejecutadas fueron la reconstrucción de camerinos, escenario, caja de tramoya, rehabilitación del área de oficinas administrativas y

boleterías, provisión e instalación de equipos y trabajos de restauración de cuadros.

Luego de este largo proceso de remodelaciones que se han venido dando a lo largo de la historia, el Teatro Nacional Sucre renace oficialmente el 24 de noviembre de 2003 con su magia de siempre y afianzándose como uno de los símbolos artísticos y culturales de la ciudad.

3.9.1 Historia de la creación del Teatro Sucre

El nacimiento de la Plaza de la Carnicería

El Cabildo de la naciente villa de San Francisco de Quito, determinó en su sesión del 25 de enero de 1535 dar límites a las estancias, medidas a los solares.

Así nació lo que luego se conocería con el nombre de “ejido” de Añaquito o Ñaquito, como hoy se lo conoce. Hay que recordar que los ejidos son los terrenos comunales urbanos, ubicados en las afueras de las ciudades castellanas, para uso exclusivo del pastoreo de los animales destinados al sacrificio o servicio de la ciudad.

Esta figura jurídica se trasladó a América y tuvo enorme importancia en la vida de sus poblaciones.

La amplísima extensión señalada por el cabildo de Quito comenzaba donde el camino prehispánico que salía hacia el norte y que descendía

por la que luego sería la calla Manabí, describía una amplia curva adaptándose a la accidentada topografía, pasando una quebradilla por un puente de vigas, puente que luego se lo conocería con el nombre de “Puente de Otavalo”. Precisamente aprovechando esta quebradilla, se instalarían a mediados del siglo XVI las carnicerías de la ciudad, pues en ella se arrojaban los desperdicios del faenamiento del ganado, manteniéndose un amplio espacio abierto por delante, para manejo de los animales y el expendio de la carne.

Así surgió la Plaza de la Carnicería, acogiendo a su alrededor a población diversa. Ante el crecimiento de los vecinos, el Ayuntamiento en el año 1763 construyó para su servicio una fuente en el centro de la plaza, con una inversión de 1000 pesos en materiales, jornales, herramientas, piedras sillares y acueductos.

El historiador Fernando Noboa anota que entre 1670 y 1672, el gobierno del Presidente de la Real Audiencia de Quito, Diego Carrascal, dispuso que debía darse dos corridas de toros semanalmente, los jueves en la Plaza Mayor y los sábados en la Plaza de la Carnicería, costumbre que se arraigó profundamente, lo que hizo que la Plaza de la Carnicería se convierta en plaza de toros.

En 1786 el Presidente de la Real Audiencia de Quito, José de Villalengua y Marfil formó en este espacio una plaza de toros, la primera bien construida en la ciudad, en contraste con las que

generalmente se improvisaban en la Plaza Grande. Ahí se formaba el ruedo, se montaba un precario graderío con tablas y se aprovechaban los balcones de las casas vecinas adornados con elegantes colchas como tribunas para la concurrencia de las autoridades o de los más importantes vecinos.

Las peleas de gallos y las corridas de toros, tan enraizadas en el alma popular, no siempre fueron del agrado de las autoridades, que intentaron eliminarlas por considerarlas contrarias a la moral pública. No pocas veces las corridas provocaban muertes, tanto bajo las astas de los toros, como por el derrumbamiento de los precarios tablados; como el ocurrido el 12 de febrero de 1781, en la Plaza Mayor, cuando se celebraba el nacimiento del Príncipe de España.

Se habían organizado las fiestas con unas mascaradas y corridas de toros y los inseguros tablados atados con tientos de cuero y montados varios días antes del espectáculo sobre el pretil de la Catedral, cedieron ante el peso de los espectadores, produciéndose una gran mortandad. A pesar de la tragedia el Cabildo solicitó a la Real Audiencia que reanude las fiestas. Y a la larga la tradición y la afición popular triunfaban y las autoridades terminaban cediendo y autorizando la fiesta brava.

Villalengua adaptó la Plaza de la Carnicería construyendo en sus costados graderíos de mampostería para el disfrute gratuito del pueblo

y arriba del soportal del matadero, una tribuna en la que se cobraba la entrada para beneficio de los arreglos del paseo público de “La Alameda”, área verde destinada para la aristocracia y el pueblo en general.

A partir de 1860, con el presidente Gabriel García Moreno, se iniciaron cambios modernizantes en la ciudad y en el país. En Quito se mejoraron las calles y las plazas del centro y para cumplir con su proyecto educativo, científico y de desarrollo de la infraestructura, se sirvió de algunos arquitectos europeos que contrató, quienes unidos a los científicos jesuitas con los que estableció la Escuela Politécnica, formaron a los primeros arquitectos nacionales. Ellos, junto con sus discípulos y ensayando nuevos modelos, que se alejaban de la tradición colonial, construyeron algunos edificios públicos y privados.

Pero también era preocupación de las autoridades de la época la erradicación de la fiesta brava, concretándose en el año 1867 una disposición de la legislatura por la cual se prohibían las “bárbaras” corridas de toros y se incitaba a las municipalidades para que construyeran teatros en sus jurisdicciones.

Desplazadas las carnicerías un par de cuadras al oriente de su antiguo emplazamiento, se aprovechó en 1879 el mismo sitio para la construcción del teatro, por lo que el espacio delantero del matadero adoptó el nombre de Plaza del Teatro y con su presencia y la posterior

expansión de la ciudad hacia el norte a lo largo de la calle Guayaquil, la plaza adquirió importancia y sus frentes fueron ocupados por propietarios de mayores recursos económicos.

Ya para 1860, se había nombrado como “Carrera de Guayaquil” a la larga vía longitudinal que permitía el acceso desde el norte a la ciudad de Quito y que hasta entonces mantenía diversas denominaciones en cada tramo, como sucedía con todas las vías de la ciudad.

El trecho entre las actuales calles Olmedo y Manabí se conocía como la “calle de la carnicería” y a esta le seguía la calle de la “plazuela de la carnicería”; en la actual Plaza del Teatro. Luego la calle “del Cristo”, llamada después de la “Sábana Santa” hasta la actual calle Oriente y finalmente, la “calle de San Blas”, hasta la actual Caldas.

Para finales del siglo XIX la calle Guayaquil se consolidaría como una importante zona comercial, siendo la construcción del Teatro Sucre determinante, pues su presencia introdujo dinamismo y cambio en los usos y carácter de las edificaciones del sector. En las primeras décadas del siglo XX, esta tendencia continuó y al establecerse, propietarios pudientes se construyeron casas y edificios de mayor tamaño con una arquitectura ecléctica que se impuso drásticamente sobre la morfología colonial. La presencia de instituciones públicas, dependencias del Gobierno como el Ministerio del Tesoro, cerca de San Blas, escuelas, teatros y hoteles, configuró la fisonomía de la calle,

que se afianza como un espacio urbano importante, sumada a su calidad de arteria principal.

La plaza mantuvo una pila y durante la primera mitad del siglo XX se convirtió en uno de los lugares importantes de Quito. Se había edificado en la esquina noroccidental el cine “Variedades”, uno de los más concurridos de la ciudad y el Teatro Sucre recibía a grupos nacionales y extranjeros y en el mismo edificio tenía su sede el club Femenino de Cultura y en una de las casas del mismo teatro, con frente a la calle Montúfar, se hallaba la biblioteca del Grupo América.

También la Alianza Francesa estuvo ubicada hasta los años setentas en una casa de la esquina noroccidental, en donde, además de los cursos del idioma había una buena biblioteca y una activa vida cultural. Desgraciadamente, la falta de una política coherente de protección de la ciudad histórica permitió una serie de atentados en los límites de la plaza, especialmente en el costado occidental, donde se levantaron varios edificios fuera de escala y contexto, ensayos creativos que resultaron de dudosa calidad arquitectónica.

3.9.2 La construcción del Teatro Sucre

Como se mencionó, no siempre las diversiones populares, en especial las riñas de gallos y las corridas de toros, fueron del agrado de las autoridades y como alternativa se propuso la construcción de teatros.

En Guayaquil en el teatro Olmedo había abierto sus puertas el 3 de enero de 1875. Se conoce que en Quito en 1877, durante la presidencia del Gral. Ignacio de Veintimilla, una sociedad privada llamada “La civilización” se había comprometido con el Gobierno, representado por el Ministro de Gobierno de ese entonces, Pedro Carbo, para construir un teatro en dos años en los terrenos de la Plaza de la Carnicería, nivelando la amplia plaza delantera. Sin embargo el asunto no se concretó.

Ya para 1879 existía en la capital un teatro provisional, obra de iniciativa del empresario Ludgardo Fernández Gómez que duró poco. Pero fue que en el mismo año 1879, que se celebró un convenio mutuo entre el gobierno y la municipalidad, por el cual se contrató a Leopoldo Fernández Salvador para construir el “Teatro Nacional”, que más adelante adoptaría el nombre de “Sucre”, en honor al héroe de Pichincha. Al parecer por iniciativa de Marieta de Veintimilla, la sobrina del Presidente de esa época.

La ejecución de este proyecto fue posible porque en la sociedad quiteña ya se había superado el temor al teatro y a otras actividades culturales como peligrosas para la moral, afirmándose entonces que el teatro servía para “instruir y corregir deleitando”.

El nuevo edificio debía construirse de acuerdo con los planos elaborados por el arquitecto alemán Francisco Schmidt, celebre

profesional que había llegado al país en la época de García Moreno y que contaba con una amplia experiencia constructiva en Quito. Al parecer, el proyecto aprovechó la sencilla fisonomía de las carnicerías, desarrollada de este a oeste en la porción sur de la plaza.

El trabajo de Fernández Salvador frió muchos retrasos y luego de varias discusiones para imponer o no las multas de rigor, se aprobó una prórroga, terminándose la obra contratada a mediados de 1886. De acuerdo con el historiador Luciano Andrade Marín, la obra fue realizada con muchas fallas y defectos. Aún así en ese estado y la fachada incompleta, esta llegó a costar 111.000 sucres.

Otros historiadores coinciden en que esta es una de las primeras obras públicas en que claramente se puede hablar de un “negociado”. Es decir de una conveniencia entre el contratista y funcionarios del Gobierno, muy probablemente el propio presidente Ignacio de Veintimilla, para perjudicar por codicia al Estado.

La inauguración oficial del nuevo escenario se realizó el 25 de noviembre de 1886, siendo presidente de la república, José María Plácido Caamaño, quien mencionó que el teatro era inútil “para la civilización, moralidad y mejora del pueblo”. Curiosamente no fue con una obra de teatro que se inauguró el edificio, sino con una presentación musical del pianista francés Capitán Voyer, con el acompañamiento de la Orquesta Nacional dirigida por el maestro

Aparicio Córdova. Hasta tanto, como afirma Alexandra Kennedy, el teatro fue utilizado para otros menesteres, poco o nada relacionadas con sus funciones específicas, por ejemplo era la sede de exámenes públicos de la Escuela Municipal de niñas, entre otros.

Sin embargo a poco de abierto, fanáticos de derecha que se oponían a la presencia del escenario intentaron incendiarlo, pero el acto vandálico fue controlado a tiempo y no se produjo ningún daño. Pero también la construcción del Teatro Nacional Sucre produjo polémicas por otros asuntos. Para la boca de la escena se había encargado un telón al conocido pintor quiteño Rafael Salas, que no llegó a ejecutarse por las críticas a su propuesta iconográfica.

Finalmente se colocó un telón neutro, pintado por el artista Franz Gruber de Hamburgo, obsequio del arquitecto Schmidt.

Igualmente fue motivo de controversia la estatua de Sucre, instalada en el teatro, en la logia que se abre en el cuerpo central, bajo el tímpano. La municipalidad de Quito, con el deseo de honrar la memoria del mariscal Antonio José de Sucre, antes de que se iniciara el mismo teatro, contrató en 1847 al escultor español José González y Jiménez, que había llegado en 1872 como director de escultura de la Escuela de Bellas Artes creada por García Moreno. La municipalidad encargó a este escultor la realización de una estatua para colocarla en una de las plazas públicas de Quito.

La obra realizada de yeso, para luego fundirla en bronce o ejecutarla en otro material noble, no recibió la aprobación municipal y quedó encerrada en un depósito. Años después el presidente Jacinto Jijón y Caamaño la mandó a rescatar para colocarla en el teatro, que ya llevaba su nombre.

Al exhibirse públicamente, desató la indignación del representante diplomático español, por su alto contenido crítico contra la España colonialista: la imagen de Sucre, sostenía a una mujer india herida, que representaba a la Patria y tenía postrado a sus pies al león ibérico y en el suelo un cetro y unas cadenas rotas. Caamaño dio gusto al diplomático y el león se convirtió en una roca a la que pisa Sucre y desaparecieron al cetro y las cadenas.

Sin embargo el acontecimiento fue aprovechado por los opositores al Presidente y tuvo connotaciones políticas.

Sea porque el Municipio de Quito no aprobó la obra de González y Jiménez o por que las limitaciones técnicas locales impedían llevar a cabo la fundición de este monumento, las autoridades resolvieron en el año 1887 enviar a París las especificaciones técnicas y un diseño completo del monumento a Sucre, contratando la obra con el artista francés A. Falguiere. Luego de laboriosos trámites y dificultoso financiamiento, se consiguió trasladar a Quito la escultura de 2,9m

fundida en bronce e inaugurar el monumento con gran solemnidad el 10 de agosto de 1892.

3.9.3 Nuevas intervenciones en el Teatro

Ya entre 1900 y 1905 se vio necesario emprender una renovación del edificio, encargándose esta vez la obra directamente a Schmidt, entonces arquitecto del Estado. Él realizó, entre otros trabajos, el reemplazo de la cubierta de madera por una de hierro. Reparó los maderos carcomidos por los xilófagos, el cielo raso y el piso de la platea y terminó la fachada, caracterizada por su sobrio estilo neoclásico, en donde destacan los relieves del tímpano con Orfeo y las nueve musas.

Las reparaciones que Schmidt emprendiera tampoco serían duraderas. En los siguientes años se realizaron diversos complementos , algunos encaminados a presentar el teatro de manera decente para las celebraciones del centenario del Primer Grito de la Independencia, que se celebraría en el año 1909.

Sin embargo un sinnúmero de intervenciones se sucederán en estos lustros, especialmente encaminadas a arreglar las cubiertas, el eterno problema.

Para prepararse para el Centenario de la Batalla de Pichincha (1922), se realizaron diversos trabajos bajo la dirección de Pedro Pablo

Traversari (arquitecto italiano), muchos de éstos de decoración. Pero las obras de envergadura que necesitaba el teatro, tampoco se pudieron ejecutar, pues significaba el empleo de cuantiosos recursos económicos que no se disponían.

Especialmente era importante el arreglo de la estructura de la cubierta del escenario, que debía elevarse unos diez metros, para permitir el manejo de la tramoya. Otro problema recurrente era el de la humedad, pues al construirse el teatro en parte sobre el lecho de la quebrada que bajaba de San Juan, el agua afloraba en las zonas más bajas de la estructura. También la incomodidad de los camerinos y la mala conservación del mobiliario de los palcos y la platea, preocupaban.

Entre los años 1948 y 1952, se realizó una nueva intervención, cerrándose el edificio los cuatro años de la presidencia de Galo Plaza Lasso.

Los crónicos problemas económicos del país, llevaron a que estas obras se hicieran con gran lentitud, pero para la reinauguración, el 27 de agosto de 1952, el teatro lucía una nueva decoración ejecutada bajo la dirección del artista plástico Alberto Coloma Silva. De esta época data la araña de cristal que pende al centro de la platea y la nueva decoración del foyer. Las modificaciones especiales interiores fueron las más importantes, se amplió la platea eliminando unos palcos y al reemplazar y aumentar el número de butacas, se aprovechó para

arreglar todo el piso entablado. Se recompuso la organización de los palcos, se los separó con divisiones, se arregló la galería y se reemplazó el cielo raso de la platea. La boca de la escena volvió a reducirse y se ampliaron los camerinos. Se mejoraron las instalaciones sanitarias, eléctricas y de iluminación. En muchos de estos trabajos había una excesiva preocupación esteticista tal como lo comenta la historiadora de arte Alexandra Kennedy, en su trabajo inédito sobre la historia del Teatro Sucre: “está caprichoso cambio sirvió, como muchos otros realizados en esta época, para cambios formales, no de fondo”.

Nuevamente en el año 1967, durante la dictadura de la Junta Militar se realizaron obras sobre el edificio. Sin embargo la carencia de una política permanente de mantenimiento de los bienes públicos, incluidos los de valor histórico y artístico, por parte del Estado, llevó a mediados de la década de 1980 que esta vez participara el Banco Central, a través de su Museo. Se iniciaron los estudios para su rehabilitación integral, contratándose con Alexandra Kennedy el estudio histórico y con Francisco Naranjo Lalama el levantamiento planimétrico del conjunto. Sin embargo los cambios de las políticas culturales del ex Instituto Emisor, no permitió la ejecución de los trabajos.

En el año 1994 se cerró el teatro al público para ejecutar un proyecto de restauración conjunto entre el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) y el Banco Central, con la participación de la

Subsecretaría de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura y la Dirección Nacional de Construcciones Escolares (DINACE), pero problemas de coordinación y financiamiento llevaron a la paralización de las obras. En el año 1998 la Municipalidad de Quito, a través del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural de Quito (FONSAL), debió intervenir en auxilio de este magnífico edificio, retomando y reorientando la intervención que se concluyó en noviembre del 2003, cuando además de la rehabilitación integral se incorporaron mejoras espaciales y técnicas para las presentaciones artísticas.

3.9.4 Reseña cronológica artística presentada en el Teatro Nacional Sucre

La primera empresa nacional artística teatral que se presentó en el Teatro Sucre fue la Compañía Dramática Fernández-Vireli.

Fue utilizado por primera vez para cine en 1901. Desde su apertura un uso esporádico, en sus primeros 50 años de vida existen dos o tres espectáculos anuales, y su uso fue para funciones de fin de año de escuelas y colegios, para bailes de sociedad (fiestas de carnaval y matrimonios), el teatro era alquilado privadamente para fiestas, conmemoraciones y prestado públicamente para escuelas y colegios.

El siglo XX

A inicios del siglo XX llegaron al Teatro las Compañías de Opera Lombardi (1904) y Marcelli (1909). En 1921, la Compañía de Opera Bracale ofreció una corta temporada en el Teatro Sucre, que fue nuevamente presentada con el nombre de Compañía de Opera y Baile para el Centenario de la Batalla del Pichincha en el Ecuador , en 1922.

La primera compañía nacional que cantó opereta en Ecuador fue la Compañía de Zarzuelas y Operetas de María Victoria Aguilera (familiar de la célebre cantante Cristina Aguilera), presentaron El Conde de Luxemburgo y La Viuda Alegre en 1927.

Esta misma compañía presentó en 1929 los dos primeros actos de El Trovador de Verdi, con la participación del coro y orquesta dirigidos por Luis H. Salgado. En 1969 el Grupo Lírico Universitario dirigido por Hilda Olguisser presentó La Serva Padrona de Pergolesi, con solistas y la Orquesta Sinfónica Nacional, dirigida por Robert Kogan.

De 1986 a 1989 por iniciativa de Álvaro Manzano y Beatriz Parra se realizaron temporadas de Opera en Ecuador con elenco nacional e invitados internacionales: en 1986 se presentó La Traviata , en 1987 se repite La Traviata y se estrena El Barbero de Sevilla y en 1988 se repite El Barbero de Sevilla y se estrena Elixir de Amor.

Se han presentado en el teatro, gracias al magnífico aporte de la Sociedad Filarmónica de Quito, el pianista chileno Claudio Arrau en 1950; el violinista Yehudi Menuhin en 1950; el jazzista norteamericano Dizzi Gillespie en julio de 1956; el guitarrista español Andrés Segovia en abril de 1958; el saxofonista Stan Getz en septiembre de 1980; entre otros.

3.9.5 Análisis estilístico del Teatro Nacional Sucre

El Teatro Nacional Sucre pertenece tipológicamente a los teatros de ópera de principios del siglo XIX y estilísticamente a la arquitectura neoclásica, movimiento europeo que surge a mediados del siglo XVIII y que, con diversas variantes, se adentra hasta mediados del siglo XIX, para dar paso luego a un sinnúmero de estilos que reviven las formas del pasado, como el neogótico, y que terminarán desapareciendo en el maremagno del eclecticismo.

En Quito este estilo se emplea por primera vez, precisamente, con la sencilla construcción de la crujía de dos pisos que con arcadas de medio punto, rematada con una balaustrada, marcaba el espacio de faenamiento de los animales para el consumo de los habitantes de la ciudad.

El teatro diseñado por el arquitecto Fernando Schmidt, responderá a la línea neoclásica y tendrá un aspecto serio donde predomina el estilo del Renacimiento alemán.

En la fachada principal, que mira al norte, domina la masa horizontal, dividiéndose verticalmente en siete calles (planos verticales) y tres cuerpos (planos horizontales), con un eje de simetría central. Se destaca en medio de la composición de la fachada el gran cuerpo central, ligeramente adelantado del resto, retomando con un frontón triangular con figuras alegóricas en el tímpano. Este frontón se soporta en seis columnas jónicas en el segundo cuerpo, donde se genera una amplia logia, soportada a su vez por un sólido cuerpo en donde se abren seis vanos de medio punto, el ingreso principal del teatro.

Este cuerpo central surge de uno más amplio y sencillo, que también sobresale del plano general del edificio. Una ventana en arco, a cada lado, en cada uno de los cuerpos y una cornisa de remate, cierra este volumen.

Los extremos de la fachada se cierran con sencillos volúmenes de tres cuerpos, a manera de torres, ligeramente adelantados, con una ventana en cada cuerpo, rematado con un ático con un par de ventanas en arco, con frontones triangulares sin decoración.

Las calles laterales, comprendidas entre los extremos y el volumen central, se organizan con tres ventanas de arcos de medio punto en los

dos niveles de la edificación, separados por una platabanda y rematados en la misma cornisa que cierra el cuerpo central ancho.

En la composición destaca el gran frontón triangular, con el tímpano ricamente decorado con altos relieves, con figuras que representan a las musas, personajes mitológicos que según la creencia del mundo antiguo protegían a las ciencias y a las artes:

Orfeo: erguido ocupa el centro del tímpano. Poeta y músico, nacido de Apolo y Calíope, una de las nueve musas que inspiraban a los poetas. Se dice de él que tocaba tan bien la lira que amansaba a los animales salvajes.

Melpómene: inspiraba a la tragedia. Ricamente vestida con severa morada y en su mano derecha un puñal ensangrentado, lleva en su frente una diadema o guirnalda. Se ubica a la derecha de Orfeo.

Terpsícore: inspiraba la danza. Tiene una actitud ligera y jovial, su brazo izquierdo sobrepasa su cabeza y su mano sostiene castañuelas. Se ubica a la izquierda de Orfeo.

Talía: presidía las comedias y las fiestas. Lleva en su mano izquierda una máscara y en la derecha un báculo, tiene un aspecto vivaz y mirada burlona. Una corona de hiedra, símbolo de inmortalidad, adorna su cabeza.

Clio: es la musa de la historia. Debía mantener vivo el recuerdo y en especial de los actos generosos. Se representa con un libro abierto en

su mano izquierda y una pluma en su derecha, tras ella, una tea encendida.

Urania: presidía la astronomía. Sostiene en sus manos al globo terrestre que mide con un compás, a sus pies una escuadra y un compás e instrumentos musicales.

Erato: inspiraba la poesía lírica y erótica. Lleva una cítara, instrumento de varias cuerdas y está acompañada por un cupido que en su mano izquierda empuña un arco.

Euterpe: musa de la música y de la poesía lírica. Sostiene en su mano izquierda una flauta sencilla y en su diestra una flauta de pan.

Calíope: musa de la elocuencia y de la poesía heroica. Ostenta en su mano un estilete y muestra las mejores poesías épicas: La Iliada, la Odisea y la Eneida.

Polimnia: es la inspiradora del canto y la retórica. Tiene una actitud de pensar y abraza a un ganso.

Es importante para concluir este análisis estilístico definir al Teatro Sucre como una construcción que de estilo neoclásico dentro del orden jónico. La sobriedad de sus formas, la absoluta simetría y su monocromía, que se contrasta e interrumpe por el dorado de los altorrelieves del frontón y de los capiteles, hace que por su monumentalidad se destaque dentro del contexto arquitectónico urbano.

El Teatro Nacional Sucre antes de su última refacción

El edificio del Teatro Nacional Sucre y sus construcciones anexas las recibió el Fondo de Salvamento (FONSAL) luego de una intensa intervención y manipulación por parte de distintas instituciones, que sin un criterio rector produjeron deterioros, que sin ser graves, no obedecían a los criterios técnicos que deben emplearse al intervenir en edificios patrimoniales, testimonio de la cultura local y nacional.

A través de un profundo estudio técnico se determinó el estado de las estructuras de los muros, de los entrepisos y de las cubiertas, constando también la pérdida de información testimonial de los pisos, acabados de paredes y otros elementos que por diversos motivos habían sido retirados.

En términos generales, se podía afirmar que los trabajos ejecutados desde principios de la década de los noventa, consistentes en obras de infraestructura, consolidación y protección, detuvieron el proceso natural del deterioro. Esto fue evidente en obras tales como el drenaje que encausaba las aguas subterráneas, la consolidación de la cimentación, pilotaje, reposición de suelos de los muros orientales. Así como la consolidación de cabezas de muros y obras de protección, como la cubierta provisional, los tensores de amarre y las nuevas cubiertas.

Sin embargo, la vista del interior era de gran deterioro, por el mismo hecho que las obras estaban suspendidas, contribuyendo a esta impresión la gran acumulación de escombros y de materiales de construcción.

Las obras detenidas, que debieron partir de un proyecto unitario, parecían obedecer a soluciones puntuales, tomadas al recorrer el camino.

Por esto, por ejemplo en un mismo tramo, a pocos centímetros, los procedimientos constructivos variaban: en los corredores, donde las vigas de entrepiso eran de eucalipto, se las había reemplazado con madera de chanul ensamblada con pernos, en unos casos con las tuercas a la vista y en otros casos, ocultas. Unas vigas llevaban en los empotramientos aislantes asfálticos y otras, no.

Algunos aciertos y una variedad de problemas y contradicciones, que no viene al caso detallarlos, se encontraron en el análisis pormenorizado del estado en el que se hallaba el teatro. Toda la información se registró en planos, fichas y cuadros de resumen, donde se analizan cada uno de los ambientes, iniciando el sistema con la codificación y metrajes, determinado materiales y su estado de conservación, tanto en las estructuras, recubrimientos y acabados. El estudio en profundidad de esta información permitió desarrollar un

proyecto único para restaurar y poner en uso al teatro, incorporando nueva tecnología y equipamiento, acorde con las condiciones actuales.

3.9.6 La rehabilitación integral del Teatro Nacional Sucre

La administración municipal de Quito puso en operación en el año 1988 un fondo especial creado por la Legislatura a raíz de los sismos de marzo de 1987 (Registro Oficial 838, 23 de diciembre de 1987). Para uso exclusivo en la “restauración, conservación y protección de los bienes históricos, artísticos, religiosos y culturales de la ciudad de Quito”. Denominado Fondo de Salvamento de Patrimonio Cultural (FONSAL), que se encuentra estructurado como un organismo de alta especialidad técnica y ha desarrollado en sus 15 años de existencia, centenares de proyectos dirigidos a la restauración de monumentos y de arquitectura menor. El reordenamiento y mejoramiento de los espacios públicos, servicios e infraestructura, peatonización, equipamiento, restauración de bienes culturales, investigación histórica y arqueológica, comercio informal, etc. Los recursos provienen, fundamentalmente, de un impuesto adicional al impuesto a la renta generado en el área administrada por la ciudad y a los espectáculos públicos presentados en la ciudad.

En septiembre del año 1998 el FONSAL inició una serie de trabajos inaplazables en el teatro, dirigidos al saneamiento y control de

humedades, tanto en cimentación como en cubiertas, con la construcción de drenes y subdrenes. El 23 de noviembre del año 2001 se firmó un comodato mediante el cual el Gobierno Central entregaba el teatro al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, por un periodo de 50 años, garantizando de esta manera el total control sobre el inmueble.

A partir de este hecho, por encargo del Alcalde Paco Moncayo, el FONSAL pudo entonces ejecutar un proyecto integral de rehabilitación y rescate, partiendo del análisis de la historia y la evolución del edificio. Evaluando las intervenciones anteriores, reconociendo que las obras culminadas en el año 1952 fueron las que estructuraron de manera definitiva a la edificación. Se valoró también el estado en que se recibió el edificio, concluyendo que de este último cierre del teatro, la confusión, discontinuidad y por último, el abandono de los trabajos, agravaron el estado de conservación del monumento.

Estas evaluaciones permitieron reorientar las intervenciones, incorporando aquellas mejoras espaciales y técnicas, que sin atentar contra la esencia del monumento, garantizaran la comodidad de los usuarios y las facilidades técnicas para las presentaciones artísticas.

De esta manera se planificó una intervención en tres etapas:

Primera etapa de intervención:

Impermeabilización de cubiertas, reforzamiento estructural (muros, pisos, entrepisos, cimentaciones). De diciembre de 1998 a septiembre del 2000.

Segunda etapa de intervención:

Elaboración de los estudios para el proyecto de intervención para la rehabilitación integral del teatro y sus respectivas ingenierías, de septiembre del 2000 a enero del 2001. Entre enero del 2001 hasta enero del 2002 se continuaron los trabajos de reforzamiento estructural en cimentaciones y muros.

Tercera etapa de intervención:

Ejecución del proyecto de rehabilitación de febrero del año 2002 hasta noviembre del 2003.

Principales obras ejecutadas

Para cumplir con los requerimientos que los estudios definieron y que el teatro necesitaba, se realizaron, entre los más importantes trabajos los siguientes:

Camerinos:

Habiendo desaparecido la mayor parte de los camerinos anteriores y en muy mala situación, lo poco que quedaba, se optó por la construcción de dos bloques con estructura de hormigón armado, independientes de la estructura principal de teatro. Pero integrados

funcionalmente, ampliando la capacidad anterior a través de diez camerinos con una capacidad total para 76 artistas, conformados de la siguiente manera: dos camerinos para una persona (suites), cuatro camerinos para seis personas, un camerino para ocho personas, un camerino para diez personas y dos camerinos para diez y seis personas. La presencia de dos bloques permite manejar de manera adecuada la atención a artistas, cuando su número es reducido.

Cuenta este sector con áreas de apoyo como sala de maquillaje, lavado, planchado, peluquería, cafetería para artistas y salas de estar.

Escenario:

Se ejecutaron trabajos de reforzamiento estructural y consolidación de muros, su ejecución permitió desarrollar bajo el escenario, un espacio destinado a sala de ensayos.

Caja de tramoyas:

Tomando en consideración los requerimientos técnicos y las características tecnológicas a implementarse, se adaptó a su nuevo uso la estructura de la tramoya conformada por mampostería de ladrillo autoportante, dotándole características sismo resistentes. Ante la altura insuficiente de la caja, que dificultaba el manejo de las tramoyas, se elevó esta considerablemente, para no causar problemas en los cambios de escenarios.

El original sistema de tramoya nunca completado por la carencia permanente de recursos, había sido ejecutado de manera tradicional, con estructuras de madera y accionado por contrapesos de arena.

Las nuevas exigencias de un teatro moderno, obligaron a reemplazarlo, por un sistema diseñado con estructuras metálicas y que sirven de base para el anclaje del sistema contrapesado y motorizado. Se emplearon equipos fabricados por la empresa JR Clancy, los mismos que se adaptaron a las características arquitectónicas de la edificación. Se ha dotado de 45 varas contrapesadas y nueve varas motorizadas, de donde cuelga el sistema de iluminación escénica con tecnología CMY (sistema digital de cambio de color fabricado por ETC y High and System). Concha acústica (JR Clancy), telones, bambalinas, cicloramas, sonido y decoración. Además cuenta con un telón corta fuego, colocado en la boca del escenario.

Rehabilitación del área de oficinas administrativas y boletería:

Las casas de la calle Flores se destinaron para áreas administrativas, después de recuperar la estructura de patios, gravemente deteriorada por las intervenciones anteriores. Se les ha dotado de los requerimientos técnicos y confort necesarios, a fin de permitir el desarrollo de todas las actividades. Forma parte de este sector una sala multifuncional, que se utilizará en presentaciones de grupos

pequeños, teatrales o musicales, conferencias, presentación de artistas a la prensa, recepción de autoridades y otras actividades afines.

Provisión e instalación de equipos:

Dentro de los sistemas más importantes se encuentran: sonido, video, comunicación, seguridad, circuito cerrado de televisión, detección de incendios, ventilación, control y monitoreo eléctrico y electrónico, dando como resultado un sistema compuesto por más de 2 400 circuitos controlados por un sistema inteligente.

Dotación de un elevador de orquesta de un solo cuerpo para cuatro paradas, constituido por el sistema spiralift de la fábrica Gala.

Gran parte del mobiliario original había desaparecido, por lo que se optó por un nuevo diseño y construcción de sillas y butacas para platea y palcos, acorde con los requerimientos técnicos de seguridad y respuesta acústica, comodidad y estética.

Trabajos de restauración:

Los principales trabajos ejecutados fueron los de rehabilitación de las butacas originales de inicio del siglo XX, que se reubicaron, todas, en platea alta. Restauración de cuadros al óleo sobre lienzo, del artista Alberto Coloma Silva. Los cuadros restaurados fueron: “Don Juan Tenorio” y “El sueño de una noche de verano”. Se restauró además el telón de boca, donado por el arquitecto Fernando Schmidt, los mascarones de la boca del escenario, quimeras del frontispicio y

demás decoraciones en yeserías. Se restauró la estatua del mariscal Antonio José de Sucre del escultor español José González y Jiménez, conservación y limpieza de la lámpara central y las lámparas secundarias.

COSTOS

Primera etapa

USD 350.000,00

Segunda etapa

USD 170.000,00

Tercera etapa

Obras civiles

USD 1'800.000,00 aprox.

Equipamiento

USD 2'600.000,00 aprox.

Total aproximado

USD 4'820.000,00 aprox.

Generación de empleo

Más de doscientas plazas de trabajo para obreros de la construcción a lo largo de 15 meses y más de veinte puestos de trabajo para profesionales universitarios especializados durante 36 meses.

Capacidad del Teatro

Platea

416 butacas

Primera de palcos (17)

112 butacas

Segunda de palcos (16)

111 butacas

Primera luneta alta

165 butacas

Total

804 puestos

***Restaurante con capacidad para 100 personas**

3.10 El Teatro Nacional Sucre en la actualidad

Luego de la última y más fuerte restauración que sufrió el Teatro Nacional Sucre por parte del FONSAL el espacio tanto físico como artístico quedó abierto oficialmente el 24 de noviembre del 2003. Esto luego de que en el 2000 el presidente Gustavo Noboa le entregó el teatro al Alcalde de Quito, Paco Moncayo, en comodato. Fue desde ese año en que el proceso de restauración empezó, terminando de rehabilitarlo el año 2003. Es en esta fecha que se crea la Fundación

Teatro Nacional Sucre, que es la institución que hoy se encuentra manejando el Teatro.

La Fundación es una empresa privada integrada por instituciones públicas como el Municipio de Quito, la Empresa del Centro Histórico, El FONSA, la empresa de Desarrollo del Centro Histórico, la Subsecretaria de Cultura, la Casa de la Cultura y otras. La Fundación Teatro Nacional Sucre recibe el apoyo económico del Municipio capitalino (25%) y de la empresa privada (75%). Actualmente esta tiene a Julio Bueno como su director ejecutivo y su fin principal es manejar y preservar el Teatro, trabajar en conjunto para que la actividad artística del país siga creciendo a través de este espacio.

De esta forma, una vez que la Fundación inicia su trabajo, el Teatro queda listo para su renacer dentro del ámbito cultural del país. La célebre Ópera de Rigolletto, del compositor italiano Giuseppe Verdi, abre luego de más de una década de cierre el telón del Teatro Sucre, agotando taquilla, por lo que las presentaciones tuvieron que extenderse tres días más después de la primera que fue el día de la inauguración (24 de noviembre del 2003).

A partir de este momento se empiezan a constituir las temporadas anuales de ópera, ballet, conciertos sinfónicos y camerales, así como la programación de espectáculos para todo el año.

El teatro empieza entonces a llenar el vacío que la ciudad tenía en cuanto a las artes escénicas y al espectáculo más completo de todos que es la ópera.

Hasta el momento se han presentado más de cien eventos. El más concurrido fue la presentación del Tenor José Carreras el 23 de octubre del 2004, quien llenó el Teatro y tuvo además la concurrencia de 10 000 personas en la Plaza de Teatro y la Plaza de San Francisco quienes desde ahí a través de pantallas gigantes observaban el espectáculo. Otro de los eventos destacados fue la actuación compositor y cantante español Joan Manuel Serrat en un concierto sinfónico. Además la presentación teatral de dos grandes obras de la literatura latinoamericana “La fiesta del Chivo” y Crónicas de una muerte anunciada” por parte del Teatro Nacional de Colombia.

Los géneros presentados han sido variados: opera, opereta, ballet, zarzuela, danza contemporánea, teatro para niños, música popular, conciertos sinfónicos, conciertos camerales y otros. Además una vez al mes se ofrece el espacio denominado “Jazz en la Plaza” en el que se presentan grupos de jazz instalados al aire libre en la Plaza, bajo a producción del Teatro.

El “Sucre” cuenta actualmente con un sólido equipo humano, tanto técnico, como artístico y administrativo.

El equipo técnico se mantiene en constante preparación. En una ocasión tuvieron la oportunidad de realizar una pasantía en el Teatro Colón de Buenos Aires y en el Teatro Municipal de Santiago de Chile, en donde pudieron contar con una preparación de alta calidad. Así mismo su director musical Álvaro Manzano y el director escénico Javier Andrade poseen una larga y destacada trayectoria en el ámbito artístico.

En cuanto a la parte técnica el teatro posee los mejores sistemas esceno- técnicos de Latinoamérica, adquiridos como parte de su remodelación. Tiene además equipos nuevos de comunicación, video e iluminación y una concha acústica diseñada especialmente para el Teatro, comprada en Oklahoma, Estados Unidos.

El Edificio del Teatro Sucre es además un espacio polifuncional, ya que cuenta con todo el soporte técnico para servir como estudio de grabación y de televisión. Su sistema de iluminación posee la temperatura necesaria para realizar una producción televisiva.

Se tiene planificado abrir una cafetería propia del teatro, además de la que ya se encuentra funcionando actualmente así como la construcción de un museo del Teatro Sucre en una casa que la están remodelando sobre la calle Guayaquil.

Hoy, que el Teatro Nacional Sucre ha reaparecido con toda su fuerza para dar un gran realce al ámbito cultural del país, busca hacerlo de la

mejor manera. Para eso intenta fortalecerse presentando espectáculos de alto nivel, continuos y variados. Además buscan la integración de nuevos públicos a través de sus distintos espectáculos como el teatro infantil y a través de la utilización de espacios públicos. (Reproducción de espectáculos en pantallas gigantes ubicadas en distintas plazas del Centro Histórico). Se tiene previsto a futuro crear una academia del Teatro en la cual se puedan perfeccionar tanto técnica como artísticamente, quienes estén inmiscuidos dentro de este espacio, y con esto lograr un desarrollo de la actividad cultural.

Desde esta perspectiva es como el teatro esta viendo su trabajo, para seguir constituyéndose un referente. Así se puede concluir que el Teatro Nacional Sucre en la actualidad es uno de los promotores de la Cultura nacional y espacio consagratorio de las artes que refuerza el carácter emblemático del Centro Histórico de Quito, consolidándolo como el mayor centro cultural del país. El Teatro Nacional Sucre es el teatro consagratorio del Ecuador.

Capítulo 4

DISEÑO DE REVISTAS

4.1 La escritura: *Comunicación visual en la Prehistoria*

Desde el período paleolítico hasta los periodos neolítico (3500 a. C, a 4000 a. C.), los pueblos primitivos de África y Europa dejaron pinturas en las cavernas, incluso las famosas grutas de Lascaux, en el sur de Francia. La paleta del hombre primitivo estaba compuesta de pigmentos mezclados con grasa. Se componía del negro elaborado con carbón de leña, así como de una gama de tonos cálidos que iban desde el amarillo claro hasta el marrón, hecho de ocre rojos y amarillo. De esta manera sobre las paredes de lo que habían sido canales de agua subterráneos y que luego sirvieron de refugio a los hombres y mujeres de esa época, se pintaron las imágenes de algunos animales. No se sabe si el pigmento lo untaban con los dedos o si fabricaban una suerte de pincel de cerdas o paja para pintar. No fueron estos los comienzos del arte como ahora conocemos; sino los inicios de la comunicación visual, porque estas primeras pinturas fueron hechas para la sobrevivencia y creadas con fines prácticos y ritualistas. La presencia de lo que parecen ser marcas de lanza en los costados de algunas de estas imágenes de animales sugiere que posiblemente

las usaron en ritos mágicos organizados para lograr el éxito en la cacería; también es posible que fueran auxiliares didácticos para instruir a los jóvenes en la cacería como un esfuerzo de cooperación en grupo.

Entremezclados con los animales, en muchas pinturas rupestres encontramos algunos signos geométricos como puntos, cuadrados y otras configuraciones. Sin embargo, no se sabe si éstos representan objetos hechos por el hombre o si constituyen una “protoescritura”; y jamás se sabrá con certeza, puesto que fueron hechos antes de la época histórica, periodo de 5000 años durante el cual los pueblos han registrado por escrito una crónica de su conocimiento de hechos y sucesos.

Los animales pintados en las cuevas son pictografías, pinturas elementales o bosquejos que representan las cosas descritas.

En todo el mundo, desde África hasta Norteamérica y las islas de Nueva Zelanda, el hombre prehistórico ha dejado numerosos petroglifos, signos esculpidos o raspados, o simples figuras en la roca. Muchos de los petroglifos son pictografías y algunas de éstas acaso sean ideografías, símbolos que representan ideas o conceptos.

Un alto nivel de observación y de memoria se evidencia en muchos dibujos prehistóricos; un ejemplo de lo anterior es el asta de un reno

encontrado en la cueva de Lorthet, en el sur de Francia donde, los dibujos cincelados de un venado y un salmón son notablemente precisos. Sin embargo, aún más fascinantes son dos figuras en forma de diamante con marcas interiores. Las pictografías primitivas evolucionaron de dos maneras. En primer lugar constituyeron el principio del arte pictórico. De esta manera, los objetos y acontecimientos del mundo se registraban a medida que pasaban los siglos, con creciente fidelidad y exactitud. En segundo lugar las pictografías también evolucionaron hacia la escritura. Las imágenes, sea que conservaron o no la forma pictórica original, se convirtieron en los símbolos del lenguaje hablado.

El artista del paleolítico tuvo tendencia a simplificar y estilizar. Las figuras se volvieron cada vez más sencillas y eran expresadas con un número mínimo de líneas. Durante el período paleolítico tardío, algunos petroglifos y pictografías habían sido reducidos al punto de casi parecer letras.

4.1.1 La invención de la escritura

No se sabe con precisión cuando ni dónde surgió la especie biológica pensante, consciente: el homo sapiens. La investigación de los orígenes prehistóricos del hombre, permite ubicar en épocas cada vez más remotas las primeras innovaciones de nuestros antepasados. Se

creo que descendemos de una especie que vivió en el Sur de África y cuyos miembros se aventuraron a recorrer las llanuras y a entrar en las cavernas, a medida que los bosques desaparecían lentamente de esa parte del mundo.

En los altos pastizales, estos seres empezaron a erguirse, quizá para poder detectar a posibles depredadores, o para amedrentar a los enemigos, pues al erguirse parecían aumentar su estatura e incluso podían sostener ramas que utilizaban como armas. Como quiera que haya sido, sus manos desarrollaron una gran habilidad para transportar alimentos y asir objetos.

Cerca del Lago Turkana, en Kenia, se encontró una pieza de casi tres millones de años de antigüedad que había sido afilada hasta darle la forma de un instrumento específico, lo que demuestra el cuidadoso y deliberado desarrollo de un método: la creación de una herramienta.

Acaso el hombre utilizó primitivas piedras labradas para desenterrar raíces o para cortar la carne de animales muertos a fin de alimentarse.

Si bien sólo se especula acerca del uso que se daba a las primeras herramientas, se sabe que marcan un hito en el proceso de evolución de la especie humana. Importantes avances en el desarrollo del hombre primitivo le proporcionaron la capacidad de organizar una comunidad, así como de lograr, en cierta medida, controlar su destino.

El habla, la habilidad humana de producir sonidos para comunicarse,

fue una de las primeras habilidades desarrolladas por el hombre en su larga evolución desde los tiempos arcaicos.

La escritura es el complemento del habla. Las marcas, los símbolos, las imágenes y las letras escritas o dibujadas sobre una superficie o sustrato se convirtieron en un complemento gráfico de la palabra hablada y del pensamiento no expresado.

La palabra hablada se encuentra limitada por la capacidad de memoria de los individuos y por el carácter inmediato de la expresión, que no puede trascender el tiempo ni el espacio. Hasta la presente era de la electrónica, la palabra hablada se ha desvanecido sin dejar rastro; en cambio, la palabra escrita aún se conserva. La escritura llevó el esplendor de la civilización a los pueblos y les permitió preservar el conocimiento, las experiencias y los pensamientos arduamente logrados.

El desarrollo de la escritura y del lenguaje visual tiene sus más remotos orígenes en imágenes sencillas, pues hay una relación estrecha entre el acto de dibujar imágenes y el de trazar los signos de la escritura. Ambas son maneras naturales de comunicar ideas, y el hombre primitivo las utilizó como medio elemental para registrar y transmitir información.

La religión dominaba la vida en la ciudad-estado mesopotámico de la misma manera en que el enorme *ziggurat*, conjunto de templos,

dominaba la ciudad. Sus vastos edificios de varios colores eran de ladrillo y se elevaban sobre los demás. Los sacerdotes y los escribas que allí trabajaban tenían un gran poder, puesto que controlaban los inventarios de los dioses y del rey: atendían así mismo las necesidades religiosas del pueblo. Posiblemente la escritura evolucionó porque quienes administraban la economía del templo tenía la apremiante necesidad de llevar registros. Seguramente los dirigentes del templo buscaron conscientemente un sistema para poder poner por escrito la información.

En la memoria humana puede perderse la noción precisa del tiempo. ¿Quién entregó sus impuestos en forma de cosecha? ¿ Cuánto alimento se almacenó, y fue este suficiente para satisfacer las necesidades de la comunidad antes de la próxima cosecha? ¿ Cuánta semilla debía conservarse hasta la temporada de siembra, para asegurar que la siguiente cosecha fuera abundante, y cuánta podría utilizarse para la alimentación de las personas y los animales?. Un conocimiento exacto y continuo se volvió necesidad imperativa para que los sacerdotes del templo pudieran mantener el orden y la estabilidad dentro de la ciudad-estado.

Una teoría sostiene que el origen del lenguaje visual evolucionó a partir de la necesidad de identificar los contenidos de sacos y ollas de barro utilizados para almacenar alimentos. Se hacían pequeños etiquetas de

arcillas que identificaban el contenido con una pictografía, y la cantidad se representaba mediante un elemental sistema de numeración decimal, inspirado en los diez dedos de las manos.

Los registros escritos más antiguos son las tablillas de la ciudad de Uruk, en las que aparentemente se encuentran listados artículos de consumo por medio de dibujos pictográficos de objetos, acompañados de números y nombres de personas inscritos en columnas ordenadas. En Sumeria abundaba la arcilla, lo que hizo de ésta el material lógico para llevar registros; se utilizaba un estilete de carrizo con la punta muy afilada para dibujar las finas líneas curvadas de las primeras pictografías se inscribían en columnas verticales cuidadosamente formadas. La tablilla de barro arcilloso se sostenía con la mano izquierda y se hacían las pictografías con el estilete. La tablita inscrita se dejaba secar al ardiente sol, o se cocía en un horno hasta que adquiriera dureza de piedra.

Este sistema de escritura evolucionó al paso de muchos siglos. Se creó un sistema de cuadrícula para contener la escritura en espacios divididos vertical y horizontalmente. Algunas veces, la mano del escriba hacía ilegible la tablilla al desplazarse sobre ella. Alrededor del año 2800 a. C. los escribas modificaron las pictografías y comenzaron a escribir en líneas horizontales, de izquierda a derecha y de arriba abajo. Esto facilitó la escritura e hizo menos literales las pictografías.

Casi 300 años después, la velocidad de la escritura se incrementó al reemplazar el estilete de punta alargada por un puntón de punta triangular que se encajaba en la arcilla, en vez de pasar superficialmente sobre ésta. A partir de entonces, los caracteres se componían de series de trazos con forma de cuña, y no de una línea continua. Esta innovación alteró radicalmente la naturaleza de la escritura, porque las pictografías evolucionaron hacia una escritura de signos abstractos que se llamó cuneiforme.

Al mismo tiempo que evolucionaba la forma gráfica de la escritura sumeria, se ampliaba su capacidad de registrar información.

Desde la primera etapa, cuando la pintura simbólica representaba objetos animados e inanimados, el signo se convirtió en ideograma y comenzó a significar ideas abstractas. Por ejemplo, el símbolo de sol describía ideas como “día” y “luz”. Conforme los escribas primitivos desarrollaban su lenguaje escrito para que funcionara de la misma manera que el habla, surgió la necesidad de representar sonidos hablados que eran difíciles de ilustrar. No siempre era posible adaptar, adverbios, preposiciones y nombres de personas a la representación pictográfica. Los símbolos pictóricos comenzaron a significar el sonido del objeto descrito, en vez del objeto mismo. La escritura cuneiforme pasó a ser jeroglífica; los dibujos se convirtieron en fonogramas, o símbolos gráficos para los sonidos. El más alto desarrollo de la

escritura cuneiforme se manifestó con el uso de signos abstractos para representar sílabas, las cuales son sonidos logrados mediante las combinaciones de sonidos más elementales.

El de la escritura cuneiforme era un sistema muy difícil de dominar, aún después de que los asirios lo simplificaron a sólo 560 signos. Los niños destinados a convertirse en escribas comenzaban su educación en la “edubba”, o casa de las tablillas, antes de cumplir diez años y trabajaban desde el amanecer hasta el ocaso, con solo seis días de asueto al mes. Las oportunidades profesionales en el sacerdocio, administración inmobiliaria, contabilidad, medicina y gobierno se reservaban a estos elegidos. La escritura adquirió importantes cualidades mágicas y ceremoniales. La gente del pueblo temía a los que sabían escribir, y se creía que la muerte sobreveníía cuando un escriba divino inscribía el nombre de una persona en el mítico *Libro del Destino*.

Fue pasmosa la amplia difusión del conocimiento, posible gracias a la escritura. Se organizaron bibliotecas que contenían miles de tablillas con datos sobre religión, matemáticas, historia, leyes, medicina y astronomía. Aún existen miles de contratos y registros comerciales. También la literatura floreció al grabarse en las tablas de arcilla poesía, mitos, himnos, relatos épicos y leyendas. La escritura fomentó un profundo sentido de la historia, y las tablillas reseñaban con meticulosa

exactitud los acontecimientos que ocurrían durante el reinado de cada monarca.

La escritura permitió a la sociedad estabilizarse bajo la autoridad y la ley. Mediante la inscripción por escrito, se estandarizaron los pesos y medidas. En los códigos legales, como el de Hammurabi que data del periodo 1930-1880 a. C, se describían crímenes y sus correspondientes castigos, con los que se estableció el orden social y la justicia. El código de Hammurabi fue hecho con cuidadosa escritura cuneiforme sobre una estela de piedra irregular, pero escrupulosamente pulida, de 2.44 metros de altura. La estela contiene 282 leyes dispuestas en 21 columnas.

Se erigieron estelas con el código legal reformado de Hammurabi en el templo de Merduk, en Babilonia, así como en otras ciudades. Redactado con precisión en él se expresaban de manera clara y concisa los castigos.

4.1.2 La invención del papel

Se cree que el papel fue inventado en la China hacia el año 200 a C. Se plantea esa fecha como la de su origen ya que existen ejemplos de papel descubiertos junto a plantillas de madera que contienen esa data.

Los primeros papeles que aparecen son de lino y de seda por lo que no sirven mayormente para la escritura y por ello fueron utilizados para envolver objetos.

La invención del papel se le atribuye a Ts'ai Lun quien era el jefe de los soldados del Emperador Chino y quien tenía a cargo los suministros de la Casa Real. El fue el primero en producir el papel a gran escala y luego se encargó de conseguir las patentes exclusivas para hacerlo. Algo que fomentó poco a poco el desarrollo del papel fue la situación de China, ya que para esa época era ya una sociedad burocrática que necesitaba de papel para llevar por escrito sus registros y documentos. Con esto se puede decir que estaban sentadas las bases para el desarrollo de un material más ligero, fácil de almacenar y transportar que las existentes tablillas de madera o telas de seda.

El papel fue fabricado a partir de la pegajosa corteza interna del árbol llamado morera. El procedimiento de fabricación de los chinos fue aprendido posteriormente por los árabes, quienes lo llevaron más tarde a Europa.

Es importante citar el papel que los caracteres chinos o ideogramas jugaron como forma de unificación por su capacidad de ser comprendidos por personas que hablaban distintas lenguas desde la China pasando por Corea hasta llegar a Japón, países cuya cultura fue

influida por la China: hablaban lenguas distintas pero todos entendían lo que escribían los demás.

Es en esa época cuando el papel comenzó a ser usado para registrar la escritura y ya surgen los métodos tradicionales de fabricación de papel “Kozo”. Esta es probablemente la fibra más fuerte y resistente de todas las fibras empleadas en la fabricación manual de papel.

China en el siglo IX usa el bambú como fibra, anticipándose a la pulpa de madera utilizada por los fabricantes de papel en Europa, ya en el siglo XVIII. Para el siglo X , ya se empleaban las marcas de agua, el uso del papel como dinero y la impresión. La manufactura del papel se extendió de China a Corea. En el año 610 el sacerdote Ramiing de Korvo en Corea, fue a Japón para brindar asesoría en la producción de pinceles, tinta y papel.

Uno de los acontecimientos más significativos en la historia del papel fue la invención de una máquina que producía una lámina continua. Esta máquina fue inventada a fines del siglo XVIII por el francés Louis Robert, quien vendió la patente más tarde a unos ingleses, los que la mejoraron y bautizaron como “Fourdrinier”. Por años esta máquina fue básica para la fabricación de hojas continuas de papel. Para fabricar papel periódico a partir de pulpa de madera, hay que preparar primero una pasta de pulpa, que la máquina Fourdrinier convierte en una lámina continua. Parte del agua se elimina mediante

prensado, pero aún es necesario someter el papel a la acción de grandes cilindros secadores calentados por vapor, que extraen toda la humedad. Finalmente, la lámina de papel pasa por entre unos rodillos pulidos que le proporcionan un acabado regular y liso.

La invención del papel marca un importante hito en la historia de la Humanidad. Desde entonces ha ido multiplicándose su empleo, tanto a nivel doméstico como en los espacios laborales. Su uso más relevante tiene que ver con la difusión de la cultura, a través de la impresión de libros, lo que fue posible gracias al perfeccionamiento de la imprenta, por Johann Gutemberg en 1440. Este hecho inició el proceso de la globalización, de encuentro e intercambio entre las más diversas culturas, que los diversos medios de difusión, derivados del desarrollo científico y tecnológico, vienen acelerando cada vez más.

4.2 La invención de la imprenta

En el curso de la historia, las personas han tratado de muchas formas de perpetuar sus pensamientos y acciones para compartirlos con los demás. Han quedado registros permanentes de sus ideas, narraciones, información e imágenes desde las más remotas edades.

Los primeros de esos registros fueron los dibujos hechos por los cavernícolas (pinturas rupestres). Los egipcios, más tarde, utilizaron los jeroglíficos o imágenes simplificadas.

Pero, la invención de la prensa de imprimir fue la que aportó la primera forma rápida para registrar información. La impresión de un gran número de ejemplares con una máquina fue un adelanto bastante reciente. En 1452, Gutemberg inventó el tipo móvil, que se podía volver a utilizar y lo formó en una prensa. Más tarde, este tipo se hizo con metal.

En los primeros días de la imprenta, el tipo era un bloque de madera o de metal con una superficie realzada que era una letra o un símbolo. En la actualidad se llama tipo a cualquier letra, número o símbolo impresos.

Año 48 000 a. de C.

Los cavernícolas dibujaban sobre la roca.

Año 3 500 a. de C.

Los egipcios escribían en un papel llamado papiro hecho con tallos de una planta.

Año 2 200 a. de C.

Los chinos imprimían con azulejos

Año 1 500 a. de C.

Se utilizó el primer alfabeto simple

Año 400

Los chinos hacían una tinta para impresión mediante bloques.

Año 1 100

Los chinos hicieron el primer tipo movable con arcilla.

Año 1452

En Alemania, Johann Gutenberg hizo tipos móviles, que se podían volver a utilizar con madera.

Año 1752

El primer periódico de Canadá, "The Halifax Gazette", se imprimió el 23 de marzo de 1752.

Año 1798

Alois Senefelder, alemán, inventó un método para imprimir llamado litografía.

Año 1803

La primera fábrica de papel de Canadá se abrió cerca de Lachute Québec. Hacían papeles para escribir, envolturas e impresión, a partir de trapos.

Año 1967

Se transmitió por satélite la primera página completa de un periódico. Desde la época de Gutember la impresión ha tenido muchos cambios. El adelanto más importante, desde la década de 1970 ha sido la computadora, que puede componer tipos a velocidades muy altas; asimismo, la nueva tecnología electrónica permite transmitir palabras e imágenes alrededor del mundo.

4.2.1 Los orígenes de la imprenta en América

La primera imprenta que cruzó las aguas del Nuevo Mundo fue la introducida por el primer Virrey de México Don Antonio de Mendoza, y es así que para 1536 se hallaba establecido el invento de Guttemberg en la capital de Nueva España. Para 1584 llegó la imprenta a Lima, Perú y en 1620 a Tlascala en México.

En 1629, este adelanto se implantó en Cambridge, Massachusetts, en Norte América. En Guatemala la imprenta fue introducida en 1667, en Paraguay en 1705, en Barbados en 1720, en Puerto Príncipe, República de Haití en 1750; en Jamaica en 1756; en Martinica en 1767; en Buenos Aires en 1781; y en Cuba en 1787.

A comienzo del siglo XIX otros países americanos tuvieron la suerte de disfrutar de la imprenta para editar sus órganos de comunicación social; viendo así, que Montevideo, en el Uruguay, la introdujo en 1807; Chile en 1812; el Brasil en 1812; Panamá en 1824 y Bolivia en 1825.

En 1728 había en Santa Fe una pequeña imprenta y en 1752 existía otra en Quito, Ecuador, ambas llevadas por los hermanos de la Compañía de Jesús. En Venezuela la imprenta llegó en 1806. La primera publicación que se imprime en México es de 1537 y correspondió a “La Escala Espiritual para llegar al cielo”, de San Juan Clímaco, obra de la que no se conoce ningún ejemplar.

Las primeras publicaciones, antecedentes remotos del periodismo, fueron las llamadas "relaciones", "nuevas", "noticias" y "sucesos". La calidad de los primeros impresos fueron escritos en letra gótica, romana y cursiva, a dos tintas. La actividad intelectual americana durante la colonia dejó la huella de su carácter y su evolución en las páginas salidas de las rudimentarias prensas de la época. Aquella enorme variedad de libros, folletos, periódicos e incluso tarjetas de invitación, forman un verdadero índice del estado de la cultura en las diferentes etapas de la colonia.

4.2.2 Los orígenes de la imprenta en Ecuador

Entre los primeros frailes franciscanos que vinieron a Quito se encuentran los flamencos, Fray Jodoco Ricke , primo del emperador Carlos V y Pedro Gosseal. Con los libros traídos por los eclesiásticos desde Europa que se inicia la biblioteca del convento de San Francisco. Se debe anotar que en las tesorerías Reales de Sevilla se conservan licencias dadas a monjes o clérigos seculares para poder traer a América libros que eran necesarios para su oficio sacerdotal. Las bibliotecas de los monasterios de Quito fueron provistas de libros de obras publicas en España, Francia e Italia, después varios monasterios establecieron talleres caligráficos donde los frailes copiaron y adornaron manuscritos. El provincial ecuatoriano de la orden Mercedaria, Fray Andrés de Sola, había tenido la iniciativa de guardar

una considerable suma de dinero en España, parte de ésta destinó a imprimir libros en Europa. En 1687, los Mercedarios compraron una colección de libros en Italia por la suma de 6.000 escudos.

A pesar de que en Quito todavía no existía la imprenta, las bibliotecas de esta ciudad atrajeron la admiración de los visitantes extranjeros del siglo XVIII, y no solamente la de los conventos, sino también las bibliotecas privadas, como la colección del canónigo Dr. Ignacio de Chiriboga y Daza, que reunía entre seis y siete mil libros o la del Conde Miguel de Jijón. Varios de los autores nacionales, como Gaspar de Villarroel y José Maldonado de Chávez, hicieron imprimir sus libros en Madrid y Lisboa.

Lima fue la primera ciudad sudamericana en tener imprenta y Antonio Ricardo fue su impresor. Desde 1594 se editaron noticias periódicas (relaciones) en el capital del Perú. A partir de la segunda mitad del siglo XVI, los jesuitas demostraron particular interés por la imprenta habiendo estructurado sus propias prensas en Viena de 1559 a 1565. La extensión del arte tipográfico entre la mayoría de los países de América del Sur se debió a la actividad de la Compañía de Jesús. Entre 1610 y 1612 la misión jesuítica boliviana (La Paz) imprime manuales del idioma Aymará.

En el siglo XVII en las misiones jesuíticas del Paraguay se establece una imprenta y un taller de fundición de caracteres.

En 1776 el colegio de Jesuitas de Monserrat (Tucumán) tuvo una prensa a su servicio, de igual manera en Colombia, Venezuela, Chile y Brasil.

Por los detalles antes enunciados debemos sacar dos conclusiones: la primera, el retraso en instalar la imprenta en la Real Audiencia de Quito se debió al interés de imprimir en Europa los libros que los conventos necesitaban en estos territorios, para lo cual tenían depositados fondos en el viejo continente y la actitud del Virrey del Perú de controlar la producción de libros en la Real Audiencia de Quito.

La segunda, el permanente interés de la Compañía de Jesús en instalar en la mayor parte de sus territorios misionales la imprenta la Compañía de Jesús solicita licencia para instalar en Quito una imprenta, sin embargo, por los enemigos y animadversiones acumuladas tanto en Europa como en la Real Audiencia de Quito, le negaron aprobación a su petitorio. Esta fue hecha por los padres Tomás Polo Nieto de Aguilar y José María Maugeri, quienes hicieron viaje expreso a Madrid alrededor de 1736, acompañados por Alejandro Chávez Coronado presente un segundo pedido, solicitud que es concedida, expidiéndose una Real Cédula, fechada el 6 de octubre de 1741, a favor de aquel, con la cual le concedían permiso para llevar a Quito una imprenta pública.

González Suárez hace referencia que Chávez Coronado fallece en 1744 en Puerto de Santa María al estar preparando su regreso a Quito, en Compañía de los Jesuitas antes mencionados. A la muerte de Chávez Coronado, es su madre, Ángela Coronado viuda de Gregorio Chávez, quien asume la propiedad y la concesión de la instalación de la primera imprenta según la Cédula Real.

En 1748 antes que la imprenta llegue de España, Ángela Coronado a su vez realizó un convenio de utilización de la imprenta con Raimundo de Salazar y Ramos. Sin embargo los Jesuitas siempre hicieron aparecer a la señora Coronado como su propietaria, a cambio de una cantidad de dinero que la servía para la manutención. El convenio llegó a ejecutarse, ya que antes del arribo de la imprenta en 1750 la señora Coronado revoca el contrato y hace sesión de la Real Cédula a los padres Jesuitas en nombre de su procurador Juan Manuel Mosquera, quien consiguió la licencia del presidente de la Real Audiencia de Quito.

Encontramos como primer tipógrafo de esta imprenta al hermano Coadjutor Temporal Juan Adán Schwartz, nacido en Dilligen - Alemania, en 1730, quien ingresa a la Compañía de Jesús en 1751 y llegó a Ambato a fines de 1754. El padre José María Maugeri fue el iniciador de la primera imprenta en el territorio nacional. La razón de su establecimiento en Ambato y no en Quito fue porque el padre Maugeri

es nombrado Superior de la Resistencia y el colegio de la Compañía de Jesús en Ambato y esta imprenta fue trasladada a esa ciudad el 22 de febrero de 1750. El padre Schwartz, que además de ser impresor era portero y despensero del colegio de Ambato, tenía como aprendiz de impresor a Raimundo de Salazar y Ramos.

4.3 Diseño gráfico

Diseñar es un acto humano fundamental: se diseña toda vez que se hace algo por una razón definida. Eso significa que casi todas las actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro.

Diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad. En el diseño, la comprensión intelectual no llega muy lejos sin el apoyo del sentimiento. Si se va a diseñar es necesario que no solo se ejecute, sino que también se sienta.

La creación no existe en el vacío, forma parte de un esquema humano, personal y social. Crear significa hacer algo nuevo a causa de alguna necesidad humana: personal o de origen social. Las necesidades humanas son siempre complejas. Todas presentan dos aspectos: uno funcional (entendiéndose como función el uso específico a que se destina una cosa) y otro expresivo. La importancia relativa de ambos aspectos, función y expresión, varía según las necesidades.

Tomemos dos casos extremos: si un físico nuclear necesita un instrumento para medir la radioactividad, al diseñarlo tendrá especialmente en cuenta la función; si un artista se dispone a pintar un cuadro, pensará probablemente en la expresión. Los cuadros constituyen un tipo de transformación simbólica de la experiencia. Se podría decir que representan un lenguaje visual con el que se puede manifestar verdades acerca de las experiencias internas y externas del mundo, que las palabras no pueden expresar. En ese sentido constituyen, tanto para el creador como para la sociedad un medio de vital importancia para comprender y dar forma a la experiencia. En el arte verdadero se concretan algunas de las intuiciones más profundas. Ello no está limitado, evidentemente a la pintura, sino que es válido para todas las artes visuales en las que predomina lo expresivo. A su vez, el instrumento científico posee también expresión.

Una definición elemental de diseño es la delineación de un objeto, un edificio, una figura, un folleto. Es la descripción o bosquejo de algo. Si se define que clase de impreso se va a trabajar (cartel, folleto, boletín, periódico mural), el número de páginas, el tipo de letra y el tamaño para el texto y para los títulos, si se va a utilizar fotografías, dibujos y se define su ubicación dentro del texto, se está realizando el diseño de un impreso.

El diseño consiste en asignar funciones a los objetos que tenemos a disposición. El diseño es ante todo un acto de imaginación y creación, porque al final, con los objetos disponibles creamos un objeto distinto, que no existía antes.

4.3.1 Influencias

En 1918 aparecen escuelas como la de Buchutemas en la URSS y la célebre Bauhaus o Escuela de Artes y Oficios de Weimar, creada en 1919. Obviamente, aunque tanto la Buchutemas como la Bauhaus heredan las características de la Deustches Werbund, las necesidades propias de estas escuelas, que empiezan a recibir un gran número de alumnos para prepararlos en el campo del diseño, las obligan a diseñar técnicas pedagógicas que independientemente del talento personal, al ser aplicadas capaciten al estudiante en un nivel de eficiencia aceptable, para producir por medio de la industria los instrumentos y objetos de uso que la sociedad requiere. A su vez, la industria matizará la orientación de tales métodos pedagógicos en función de la propia sociedad.

Lo único que requiere la práctica concreta de la industria es un servicio eficaz, en el cual dada una problemática de mercado, el sujeto sea capaz de resolverla con el objeto adecuado, al costo y recuperación de la inversión atractivos del inversionista. Evidentemente las

contradicciones que esto plantea no han podido superarse: los diseñadores, cada vez que pueden, se colocaban la toga del genio y vuelven a tomar la pluma maestra que genera formas inéditas, proceso que, por su afinidad con la magia más que con la cibernética, se ha llamado caja negra.

Nosotros estamos en contra de las “cajas negras” o “transparentes”, en tanto ambas impliquen connotaciones de orden romántico; sin embargo, por ahora se apuntará un cosa: la imperiosa necesidad de que un grupo suficiente de profesionales alcance el grado de eficiencia que reclaman los medios de producción industrial, para lo cual se deben utilizar medios que permitan pasar de las demandas verbales a la realización de objetos que las satisfagan, lo cual es válido tanto para las industrias como para las del urbanista, el arquitecto o el diseñador gráfico, a fin de convertirlas en objetos de uso: habitaciones, enseres, o herramientas, todos los cuales están dentro del mismo marco de referencia.

Por otra parte, si se considera que la edificación de la catedral de Chartes se llevó a cabo en 282 años y que en la actualidad las técnicas permiten construir 400 veces el volumen de esa catedral en solo un año, cabrá pensar que los viejos instrumentos de diseño, tanto como las viejas técnicas edificatorias, no deben seguir siendo las mismas, ni

debe controlarlas un solo sujeto, sino todo un grupo, que crecerá de acuerdo con las necesidades del proyecto.

En ese trabajo en equipo e interdisciplinario, que en países como México se maneja en forma rudimentaria (si se compara con el grado de complejidad que pueden alcanzar proyectos como el “Lunajod” soviético o el “módulo lunar” estadounidense), se pone de manifiesto la preponderancia del grupo sobre las acciones individuales. A medida que se incrementa el grado de colaboración humana requerida en la elaboración de un proyecto, aumenta proporcionalmente la necesidad de formular métodos de trabajo que faciliten al máximo esa colaboración y ayuden a traducir a un lenguaje único los miles de datos y propuestas que provienen de las más distintas áreas, y que permitan revertir las correcciones con que se afectan los diversos campos del diseño por una propuesta aparentemente aislada.

Junto con dichos estímulos que impulsan el desarrollo de las proposiciones metodológicas, cabe mencionar por último la aparición de las computadoras, que por encima de la mitificación hechas de ella, han contribuido a la operatividad de tales proposiciones, debido a su capacidad para conservar, ordenar y comparar enormes cantidades de información provenientes de todas las áreas del conocimiento; además ha logrado reducir el tiempo de cálculo a lapsos que se antojan

milagrosos, y sobre todo su capacidad para el análisis y la configuración formal.

Todo ordenamiento metodológico es un proceso que parte de una situación elemental manifestada por medio de una demanda verbal, amparada por una serie de circunstancias que apoyan la realización de un objeto: por decirlo así, es la materialización de la palabra mediante una serie progresiva de codificaciones y decodificaciones, en las cuales se resume el encargo verbal. La enmaterialización de una imagen verbal en imagen óptica (planos y especificaciones del proyecto) determina las características de una forma realizable, en el que está inscrito todo su proceso de materialización con todas sus posibles instancias: técnicas, fuerza de trabajo, instrumentos, etc. Por medio de él será factible pasar de la traducción lingüística de la necesidad a la transcripción extensiva del objeto como satisfactor.

Dicho proceso, que se inicia con la demanda verbal y termina con la propuesta formal, es el campo que abarcan los ordenadores metodológicos señalados.

La Bauhaus

En 1914 en vísperas de la Guerra Mundial, Henri Van de Velde, arquitecto belga del Art Nouveau quien dirigió la Escuela de Artes y Oficios de Weimar, renunció a su puesto para regresar a Bélgica.

Walter Gropius (1883-1969) de 31 años, fue una demanda de las tres personas que recomendó al Gran Duque de Saxe-Weimar como su posible sustituto. Durante los años de la guerra la escuela permaneció cerrada y no fue sino hasta después del conflicto armado, que Gropius, quien ya había ganado reputación internacional por sus diseños de fábrica utilizando de manera diferentes el vidrio y el acero, fue confirmado como nuevo director. Se había decidido fusionar las artes aplicadas que orientaban la Escuela de Artes y Oficios de Weimar con una escuela de bellas artes y formar la Academia de Arte de Weimar. Gropius llamó a la nueva escuela "Das Staatliches Bauhaus", y se abrió el 12 de abril de 1919 en una época en que Alemania se encontraba en un estado de gran efervescencia. La catastrófica derrota es "la guerra para terminar con todas las guerras", condujo hacia una violenta lucha económica, política y cultural. El mundo prebélico del Káiser estaba muerto y la búsqueda para construir un orden social nuevo penetró todos los aspectos de la vida.

En el Manifiesto de la Bauhaus publicado en los periódicos alemanes, se estableció la filosofía de la nueva escuela.

La construcción completa es el objetivo final de todas las artes visuales. Antes, la función más noble de las bellas artes era embellecer los edificios, constituían componentes indispensables de la gran arquitectura. Hoy las artes existen aisladas.

Los arquitectos, pintores y escultores deben estudiar de nuevo el carácter compositivo del edificio como una entidad. El artista es un artesano enaltecido. En los escasos momentos de inspiración, la gracia divina motivará que su trabajo florezca como arte trascendiendo su voluntad consciente. Pero el perfeccionamiento de su oficio esencial para cualquier artista. En esto reside la fuente principal de la imaginación creativa.

La Bauhaus en Weimar

Los años de la Bauhaus en Weimar (1919-1924) fueron intensamente visionarios. Caracterizados por un deseo utópico de crear una sociedad espiritualmente nueva, al primera Bauhaus buscaba una unidad innovadora entre artistas y artesanos para construir el futuro. Se impartieron cursos sobre vidrio de color, madera y metal dirigidos por un artista y un artesano y estaban organizados conforme a las líneas “Bauhutt” de la época medieval maestro, oficial y aprendiz. La catedral gótica representaba la realización del anhelo del hombre de crear una belleza espiritual que fuera más allá de la utilidad y la necesidad y simbolizó la integración de la arquitectura, la escultura, la pintura y las artes manuales. Gropius estaba profundamente interesado en el potencial simbólico de la arquitectura y en la posibilidad de un estilo de diseño universal como un aspecto integral de la sociedad.

Cuando en los años 1920 y 1922 los pintores Paul Klee (1879-1940) y Wassily Kandinski se unieron al personal e integraron al vocabulario del diseño ideas avanzadas acerca de la forma, el color y el espacio. Klee comparó el arte visual moderno con la obra de las esculturas primitivas y de los niños para crear dibujos y pinturas cargados de comunicación visual. La convicción de Kandinski en la autonomía y los valores espirituales del color y de la forma, habían llevado su pintura a una emancipación decidida de los motivos y los elementos representacionales. En la Bauhaus, no se hacía distinción entre las bellas artes y el arte aplicado.

Lo fundamental de la educación en la Bauhaus era el curso preliminar , establecido inicialmente por Johannes Itten (1888- 1967). Sus objetivos eran liberar las aptitudes creativas de cada estudiantes, desarrollar una comprensión de la naturaleza física de los materiales y enseñar los principios fundamentales del diseño, que son la base de todo arte visual. Itten puso énfasis en los contrastes visuales y en el análisis de las pinturas del antiguo maestro. La metodología de Itten de la experiencia directa, buscaba desarrollar la conciencia perceptiva, la capacidad intelectual y la experiencia emocional. En el año 1923, Itten abandonó la Bauhaus debido a un desacuerdo con el manejo de este curso. La Bauhaus estaba evolucionando de un interés por el

medievalismo, el expresionismo y la artesanía hacia un mayor énfasis en el racionalismo y el diseño de máquinas.

Ya en la primavera del año 1919, el profesor de la Bauhaus, Lyonel Feininger (1871-1956) se percató de la corriente *De Stijl* y comenzó a dar a conocer este movimiento ente la comunidad de la Bauhaus. La Bauhaus y la corriente de la De Stijl tenían objetivos similares y a fines del año 1920, Van Doesburg se trasladó a Weimar y estableció contacto con la Bauhaus. Él deseaba dar clases, pero Gropius sintió que Van Doesburg era demasiado dogmático al insistir en una geometría estricta y un estilo impersonal. Pensaba evitar enérgicamente la creación de un estilo Bauhaus o la imposición de un estilo a los estudiantes. Incluso como extranjero, Van Doesburg causó un fuerte impacto en la Bauhaus por permitir que su casa se convirtiera en un lugar de reunión para estudiantes y profesores de la Bauhaus, así como por enseñar los principios De Stijl.

En los años 1922-1923, Molí-Nagu recibió un pedido de una compañía (de letreros) para realizar tres pinturas. Estas fueron ejecutadas a partir de sus composiciones en papel cuadriculado con tonos seleccionados del catálogo de colores de esmalte para porcelana de la firma. Esto era congruente con su teoría de que la esencia del arte y del diseño era el concepto, no la ejecución y de que ambos podían ser separados. A partir del año 1929 Moholy- Nagy se guió por esta convicción, cuando

contrató a un asistente, Gyorgy Kepes (nacido en 1906), para completar sus encargos de diseño.

Como fotógrafo de fijas, Molí- Nagy empleaba la cámara como un instrumento de diseño. Convencionales ideas de composición aparecían en un orden imprevisto, principalmente por medio del uso de la luz (y algunas veces, de las sombras) para diseñar el espacio. La perspectiva normal fue reemplazada por el ojo de un gusano, el ojo de un pájaro, acercamientos extremos y puntos de vista angulosos. La aplicación del nuevo lenguaje de la visión a las formas percibidas en el mundo caracteriza su obra fotográfica ordinaria. Como se aplica en “Sillas en Margate” la textura, la interacción de la luz y la sombra, así como la repetición, son cualidades de sus fotografías. Moholy-Nagy antagonizaba con los primeros pintores de la Bauhaus por proclamar la victoria final de la fotografía sobre la pintura. En el año 1922 comenzó a experimentar con fotogramas: al año siguiente inició su fotoplástica.

Moholy-Nagy veía al fotograma como un representación de la esencia de la fotografía. Sin cámara, el artista puede capturar la interacción copiada de luz y sombra sobre una hoja de papel fotosensible. Los objetos usados por Moholy-Nagy para crear fotogramas fueron escogidos por sus propiedades para modular la luz y cualquier referencia a los objetos que formaban los modelos en negro, blanco y

gris o al mundo exterior se desvanecían en una expresión de un modelo abstracto.

Moholy-Nagy consideraba su fotoplástica no como una técnica del collage, sino como un proceso deformado para alcanzar una expresión novedosa, que podía ser más creativa y funcional que la fotografía directamente imitativa. La fotoplástica podía ser humorística, visionaria, persuasiva o intelectual. Comúnmente, tiene añadiduras dibujadas, asociaciones complejas y yuxtaposiciones sorprendentes.

La Bauhaus en Dessau

La tensión que había existido desde un principio entre la Bauhaus y el Gobierno alemán se intensificó cuando uno nuevo miembro, más conservador, llegó al poder y trató de imponer condiciones inaceptables para la Bauhaus. El 26 de diciembre de 1924, el director y todos los maestros firmaron una carta de renuncia efectiva para el primero de abril de 1925, fecha en que expiraban sus contratos. Dos semanas más tarde, los estudiantes enviaron una carta al Gobierno, informándole que desertarían junto con los maestros. Se negoció la reubicación de la Bauhaus y fue construido un complejo nuevo de edificios y se reorganizó el plan de estudios. En abril del año 1925, parte del equipo fue trasladado, junto con los profesores y los estudiantes, de Weimar a Dessau y el trabajo comenzó inmediatamente con medios provisionales.

Durante el periodo en Dessau (1925-1932), la identidad y la filosofía de la Bauhaus se desarrollaron completamente. La escuela entendió de manera clara los principios formales que ya había sido desarrollados, para aplicarlos inteligentemente a problemas de diseño. Para manejar la venta de originales del taller para la industria se creó la organización de negocios Corporación Bauhaus. Las ideas que fluían en abundancia de la Bauhaus impactaban en la vida y el diseño de productos, mobiliario de acero, arquitectura funcional y la tipografía del siglo XX. Los maestros cambiaron su nombre por el de profesores, y el sistema inspirado en el maestro medieval, oficial y aprendiz, fue abandonado. En el año 1926 al Bauhaus recibió el nombre de "Hochschule for Gestaltung" (Escuela Superior de la Forma) y se inició la publicación de la revista Bauhaus.

Esta revista y las series de 13 libros que la Bauhaus (todos excepto dos que fueron diseñados por Moholy Nagy) se convirtieron en vehículos importantes para difundir las ideas avanzadas acerca de la teoría del arte y sus aplicaciones a la arquitectura y al diseño.

Klee, Van Doesburg, Mondrian, Gropius y Moholy Nagy fueron editores o autores de algunos volúmenes de estas series de libros de la Bauhaus.

Josef Albers (1888-1976), fue uno de los cinco primeros estudiantes que fueron designados maestros, impartió un curso preliminar

sistemático investigando las cualidades para la construcción de los materiales; Marcel Breuer (1902- 1981), director del taller de mobiliario, fue el inventor de los muebles tubulares de acero, mientras que Herbert Bayer, se convirtió en profesor del flamante taller de tipografía y diseño gráfico.

En Weimar, Gropius había notado el interés de Bayer por los dibujos lineales y fu Gropius quien lo alentó con algún encargo ocasional, así que la inquietud tipográfica de Bayer precedió el traslado a Dessau.

Para ayudar a balancear el presupuesto de la Bauhaus, además de solicita trabajos de impresión de los negocios en Dessau, junto con métodos funcionales y constructivistas Bayer introdujo al taller notables innovaciones en el diseño tipográfico.

Se utilizaban casi exclusivamente fundiciones *sans-serif* y Bayer diseñó un tipo universal que redujo el alfabeto a formas claras, simples y construidas racionalmente.

Bayer eliminó las letras mayúsculas en el 1925, arguyendo que imprimimos y escribimos con dos alfabetos (mayúsculas y minúsculas) que son incompatibles dentro del diseño y que emprendemos dos signos totalmente diferentes (A mayúsculas y a minúscula) para expresar el mismo sonido hablado. Experimentó con una composición de letras niveladas a la izquierda y desiguales a la derecha, sin justificación del espacio de las letras.

Para establecer una jerarquía de énfasis, determinada por una apreciación objetiva de la importancia relativa de las palabras, usaba contrastes extremos en el tamaño y la negrura de los tipos.

Empleaba barras, líneas, puntos, cuadrados para subdividir el espacio, unificar elementos diversos y llamar la atención hacia los elementos importantes.

Prefería las formas elementales y utilización del negro con un matiz de brillo puro. La composición abierta en una red implícita y un sistema de tamaños para tipos, reglas e imágenes gráficas daban unidad a los diseños. El periodo de Bayer en la Bauhaus se caracterizó por la composición dinámica con horizontales y verticales pronunciadas.

Los años finales de la Bauhaus

En el año 1928, Walter Gropius renunció a su cargo para reanudar la práctica privada de la arquitectura. Al mismo tiempo, Bayer y Moholy Nagy se fueron a Berlín, donde el diseño gráfico y la tipografía fueron muy importantes en sus actividades. Joost Schmidt (1893-1948), uno de los primeros estudiantes, sucedió a Bayer como maestro de tipografía y diseño gráfico. Él se alejó de las ideas estrictamente constructivistas e introdujo gran variedad de fundiciones de tipos. Bajo la tutela de Schmidt, el diseño de exhibición sobresaliente, quien dio unidad a esta forma por medio de paneles estandarizados y de la organización con sistemas reticulares.

En el 1927, la dirección de la Bauhaus fue asumida por Hannes Meyer (1889-1954), un arquitecto suizo con sólidas convicciones socialistas, que habían sido contratado para organizar el programa arquitectónico. Para el año 1930, los conflictos con las autoridades municipales forzaron a Meyer a renunciar. Mies van der Rohe (1886-1969) un prominente arquitecto berlinés (cuya afirmación acerca del diseño de que “menos es más” se constituyó en la actitud principal en la arquitectura del siglo XX) se convirtió en director.

En el año 1931, el partido nazi, dominaba el Consejo de la Ciudad De Dessau y canceló los compromisos con los profesores de la Bauhaus en el año 1932. Mies trató de dirigir la Bauhaus en una fábrica de teléfonos vacía en Berlín- Steglitz, pero el acoso nazi hizo insostenible su continuación. La Gestapo exigía que “los bolcheviques culturales” fueran destituidos y reemplazados por simpatizantes nazis. Los profesores votaron por disolver la Bauhaus y fue cerrada el 10 de agosto de 1933 con un aviso para los estudiantes de que los profesores estarían disponibles para consulta si era necesario. Así terminó la escuela de diseño más importante de este siglo. Los logros y las influencias de la Bauhaus trascendieron sus 14 años de vida, sus 33 profesores y sus cerca de 1 250 estudiantes. Creó un estilo de diseño viable, moderno que ha influido en la arquitectura, el diseño de productos y la comunicación visual.

4.4 Fundamentos del diseño: Composición

La composición es la organización total, que incluyen la figura y el fondo de cualquier diseño. Todas las formas individuales y las partes de las formas tienen no solo configuración y tamaño, sino posición dentro de la composición.

El concepto de composición comienza con el campo del diseño. Este determina los límites de un universo único que se ha creado y cuyas leyes básicas están determinadas por el carácter del campo. La manera en que se desarrolla ese universo estará condicionada por sus leyes inherentes. Para dar un ejemplo, un formato rectangular en posición vertical posee potencialidades y limitaciones totalmente distintas de las de un formato igual en posición horizontal.

La composición significa también organización estructural y ésta constituye el fundamento de las relaciones visuales.

4.4.1 Figura y forma

Todos los objetos visuales poseen forma porque el contraste crea una estructura en el esquema. Las partes de baja energía o contraste débil se funden y constituyen lo que los psicólogos llaman fondo. Las partes de energías más altas y de mayor contraste se organizan en lo que se denomina figura. Esta última constituye el interés central, pero el fondo

es igualmente importante porque ambos elementos son necesarios para la percepción de la forma.

Todo lo que se ve y posee forma se percibe en esta clase de relación. No importa que los objetos en el campo sean bi o tridimensionales, puesto que la estructura pertenece al esquema de energía en el cerebro. Como tales esquemas dependen del contraste en el campo, podemos aplicar directamente al diseño la idea de la relación figura-fondo. El contraste figura-fondo es continuamente necesario para que se puedan ver las formas.

4.4.2 El tamaño

Es siempre una cuestión relativa. Inconscientemente comparamos todo con nuestro propio tamaño; las cosas son pequeñas o grandes en relación con nosotros mismos. Pero pequeño o grande tiene además otro significado, también relativo. En un diseño dado, los tamaños se relacionan unos con otros. Puede haber algo “grande” en una miniatura, y un escaparate es pequeño con respecto a un rascacielos.

4.4.3 Posición

Si bien el tamaño, implica comparaciones dentro del diseño, tanto este como la configuración son propiedades de todas las formas y partes de las formas en un esquema. La posición debe describirse sobre la base

de la organización total; carece de significado excepto en relación con el campo mismo.

4.4.4 Movimiento y equilibrio

Unidad y variedad son los conceptos que nos guían en el análisis de la función que cumple la organización visual en el diseño. La variedad, por su misma naturaleza, no se presta a la generalización. Para entender la relación entre movimiento y equilibrio hay que estudiar el problema en el contexto de diseños específicos.

El movimiento

El movimiento implica dos ideas: cambio y tiempo. El cambio puede tener lugar objetivamente en el campo o subjetivamente en el proceso de la percepción, o en ambos. En todos los casos, interviene el tiempo. Hay que establecer una distinción entre los aspectos objetivo y subjetivo del movimiento en el diseño. Algunas artes, como el cine, la danza, el teatro, por ejemplo implican un movimiento objetivo. Dichas artes poseen una duración real en el tiempo. El movimiento subjetivo está presente en toda percepción. Sin embargo, es de máxima importancia en cuanto a diseño, en las artes que se expresan a través de esquemas físicamente estáticos. Toda percepción implica movimiento.

Equilibrio

El concepto del equilibrio aplicado al diseño sigue manifestando el concepto universal del equilibrio que es el centro de gravedad. Para determinar el concepto del equilibrio en el diseño hay que pensar en él como en una igualdad de oposición. Ello implica un eje o punto central en el campo alrededor del cual las fuerzas opuestas están en equilibrio. A partir de esta concepción básica, se desarrollan tres tipos distintos de equilibrio.

Equilibrio axial

Significa el control de atracciones opuestas por medio de un eje central explícito, vertical, horizontal o ambos.

Equilibrio radial

Significa el control de atracciones opuestas por la rotación alrededor de un punto central, el que puede ser un área positiva del esquema o un espacio vacío.

Equilibrio oculto

Es el control de atracciones opuestas por medio de una igualdad sentida entre las partes del campo. No utiliza ejes explícitos ni puntos centrales. Sin embargo, un centro de gravedad que se sienta resulta esencial. Difiere en principio del equilibrio axial y del radial en dos aspectos.

4.4.5 Simetría

La simetría es la forma más simple de este tipo de organización del equilibrio. En un esquema exactamente simétrico, los elementos se repiten como imágenes reflejadas en un espejo a ambos lados del eje o los ejes. Es el tipo más obvio de equilibrio y, en consecuencia, el más pobre en cuanto a variedad. Resulta especialmente útil en esquemas decorativos o en composiciones muy formales.

Forma simétrica-color asimétrico

El esquema puede ser simétrico en cuanto a forma, pero asimétrico respecto del color. Ello significa, en realidad, utilizar principios distintos para equilibrar la forma y el color. Constituye un eficaz recurso para suavizar la severidad de la simetría estricta y se emplea principalmente con fines decorativos.

Simetría aproximada

Los dos lados pueden realmente ser diferentes en su forma, pero, a pesar de ello, bastante similares como para que el eje se pueda sentir positivamente.

4.5 El color

El mundo es de colores, donde hay luz, hay color. La percepción de la forma, profundidad o claroscuro está estrechamente ligada a la percepción de los colores.

El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que nuestros ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí.

Las ondas forman, según su longitud de onda, distintos tipos de luz, como infrarroja, visible, ultravioleta o blanca. Las ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 380 y 770 nanómetros.

Los objetos devuelven la luz que no absorben, hacia su entorno. Nuestro campo visual, interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como el color.

Síntesis aditiva de los colores

La superposición de haces de luces de los colores primarios rojo, verde y azul para obtener otra gama y matices de diferentes colores se conoce como “síntesis aditiva”.

La síntesis aditiva que se crea cuando proyectamos tres haces de luz de los colores primarios rojo, verde y azul hace que surjan los colores secundarios cian, magenta y amarillo.

Como en el idioma inglés el color rojo se denomina “Red”, el verde “Green” y el azul “Blue”, el proceso de síntesis aditiva generalmente se identifica por medio de las primeras letras de esas palabras “RGB”, aunque en algunos textos pueden aparecer traducidas como “RVA”, correspondiente a las iniciales de esas mismas palabras en español.

Una forma de comprobar en la práctica el proceso de formación de los colores por síntesis aditiva es empleando tres proyectores de diapositivas, o en su lugar tres linternas, para que cada una emita un haz de luz de un color primario distinto. En el caso de las linternas, a una de ellas le colocaríamos un papel celofán (papel transparente) de color rojo, a la otra uno verde y a la última uno azul. Si en lugar de linternas utilizamos proyectores, le colocaríamos a cada uno transparencias o diapositivas con un color primario diferente.

De esa forma, al proyectar los haces de luz de los tres colores sobre una superficie blanca, obtendremos un haz de luz rojo, otro verde y otro azul. A continuación oscurecemos la habitación y proyectamos esos haces de luz, de forma tal que una parte de cada haz se superponga sobre la otra, formando aproximadamente un triángulo. Tanto para el caso de la linterna como el del proyector, los tres haces de luz deben

quedar superpuestos de la misma forma que se puede observar más arriba en la ilustración

En el punto donde el haz de luz roja se superpone con el de luz azul, aparecerá el color magenta (rosa); donde se superponen los haces rojo y verde, se verá amarillo; el punto de superposición de los haces verde y azul tomará el color cian (azul cielo) y el centro, donde se interceptan los tres colores quedará incoloro, o blanco, que es el color correspondiente a la superficie de proyección.

Síntesis sustractiva de los colores

La forma más común de percibir los colores de los objetos por nuestro sentido de la vista se basa en la absorción o sustracción que hacen todos ellos de una parte de las frecuencias del espectro electromagnético que compone la luz blanca, o de todas sus frecuencias.

Cuando observamos un objeto con determinado color, lo que percibe nuestro sentido de la vista son solamente las ondas correspondientes a las frecuencias de color o colores que éste refleja. La otra parte de las ondas las absorbe o sustrae el propio objeto y, por tanto, no las vemos.

Por otra parte, cuando un objeto cualquiera al estar iluminado por una luz blanca se nos presenta de color rojo, por ejemplo, lo que captan nuestros ojos en realidad son las ondas del espectro electromagnético cuya frecuencia y longitud de onda corresponden solamente a ese

color. El resto de las ondas, es decir, todas las otras que integran los colores del espectro y que junto con las ondas rojas impactan sobre el objeto en forma de luz blanca, éste las absorbe y por eso lo vemos de color rojo.

El proceso de absorción de los colores por la superficie de los objetos recibe el nombre de "síntesis sustractiva". La síntesis sustractiva también se manifiesta cuando mezclamos los llamados "colores secundarios", es decir, cian (azul cielo), magenta (rosa) y amarillo. Es muy común encontrar las siglas CMYK, abreviatura de las palabras en inglés Cyan (cian), Magenta (magenta), Yellow (amarillo) y black (negro) para referirse a la tecnología de impresión por cuatricomía, es decir, por cuatro colores.

Si dibujamos tres círculos con pintura acrílica (trasparente) de los tres colores secundarios, se podrá observar que la liga o mezcla del color magenta con el amarillo forma rojo; la de cian con amarillo forma verde; la de cian con magenta forma azul y donde se superponen los tres colores se forma el color negro (ausencia de luz), pues en ese punto todas las frecuencias del espectro de luz blanca se absorben y no las vemos.

Relaciones de color

Para imaginar cómo será un color, es necesario conocerlo en sí y en sus relaciones con los demás tonos. Para llegar a esto se puede

plantear el problema de un manera simple. Lo que se debe hacer es descubrir cómo crear una unidad entre los tonos y cómo mantener esa unidad viva e interesante por medio de la variedad. Este no es problema que pueda resolverse en base a reglas establecidas. Con el color, más que con cualquier otro factor del diseño , el principio fundamental de orientación es la sensibilidad de los armónico. Ciertamente es que las reglas y los sistemas pueden evitar errores en el uso del color, pero no constituyen una garantía de refinamiento. Esto ocurre porque tanto la percepción del color como nuestras reacciones a las relaciones del color son procesos muy subjetivos.

El tratamiento del color es, asimismo, un problema sumamente técnico. La sensibilidad intrínseca al color puede expresarse tan sólo en el grado en que se ha desarrollado el control técnico de los tonos. Al comienzo esa sensibilidad está en potencia. Es necesario desarrollarla y refinarla a través de la experiencia. Uno de los atractivos del diseño es que este desenvolvimiento puede seguir, ampliándose durante toda la vida. Jamás se llega a un punto en el que sea oportuno decir que ya ha terminado. Todos tenemos en mayor o menor grado, esa sensibilidad para el color. Para llegar a una relación armoniosa entre colores es necesario desarrollar un control técnico seguro y refinar y agudizar la sensibilidad natural que se posee.

Un cierto orden en el problema de las relaciones es una gran ayuda, tanto al contribuir a refinar la sensibilidad como a desarrollar el control. Esa es la verdadera importancia de los sistemas de color. Contribuye a orientar nuestra atención hacia lo significativo. Nos hace comprender en qué se basan nuestras reacciones y apreciaciones.

4.6 Tipos de impresión

4.6.1 Impresión tipográfica

Una superficie de impresión tipográfica puede consistir en un tipo solo, o placas de tipo y fotograbado. Estas placas se usan si se va a imprimir una ilustración o fotografía y pueden estar hechas de zinc, cobre, magnesio o plástico. La imagen se fotografa sobre una de estas placas, que más tarde se monta en otra superficie llamada bloque (de madera) para hacerla del mismo espesor que el tipo.

El tipo y los bloques son entonces ensamblados y colocados juntos en un armazón llamado forma. Las correcciones se pueden hacer justamente hasta el momento en que la prensa está a punto de funcionar, una gran ventaja en la impresión tipográfica.

Desde el punto de vista del diseño, se tiene menos control sobre el trabajo, porque es el impresor quien coloca las áreas del texto. Cada letra está sobre su pequeño bloque de metal propio, así es que resulta

difícil y costoso experimentar tipográficamente, por ejemplo, producir efectos visuales con letras encimadas.

Este es un proceso usado principalmente por los periódicos o talleres pequeños, como los de impresión de simples tarjetas. La impresión tipográfica está siendo gradualmente reemplazada por la litografía (offset), porque puede obtenerse mejor calidad.

4.6.2 Litografía Offset

Éste es el proceso más común de impresión; se emplea maquinaria que va desde las pequeñas duplicadoras de oficina, hasta las prensas masivas que se usan para imprimir revistas, libros y periódicos. El proceso fue inventado por el tipógrafo alemán Alois Senefelder, al comienzo del siglo XIX.

Originalmente la superficie de impresión era de piedra pulida, y las imágenes se dibujaban directamente sobre esta con un lápiz (crayón) graso.

En la litoimpresión de hoy en día, se usan las superficies de impresión referidas como placas, hechas de zinc, aluminio, plástico, papel, cobre y cromo. El más popular es el aluminio, que es fuerte, ligero, y económico de usar. En el proceso comercial la tinta se transfiere de la placa hacia una manta de caucho, la cual se prensa contra el papel.

Esto se llama litografía indirecta (offset), porque la imagen no se transfiere directamente al papel desde la placa.

La litografía ofrece una amplia gama de calidad de impresión al diseñador, y la mayoría del trabajo que éste maneja se imprimirá con dicho método. El diseñador proporciona su arte final en un original mecánico del cual el impresor hace las matrices y luego las placas. A diferencia de la impresión tipográfica, el diseñador tiene aquí control total sobre el trabajo, porque el grabador sigue la diagramación o instrucciones del original mecánico.

Funcionamiento de la prensa offset

Los cinco sistemas básicos.-

Las prensas litográficas (planográficas) para offset, grandes y pequeñas, funcionan en la misma forma. La impresión se hace a partir de una placa o lámina plana. Cuando se revela la imagen en la placa, se imprimen las zonas que han sido tratadas para aceptar la tinta. Las zonas que no se van a imprimir se mojan con agua, por lo que rechazan la tinta. La impresión en offset se basa en el hecho de que la grasa y el agua no se mezclan.

Todas las prensas grandes y pequeñas, tienen cinco sistemas básicos y cada uno de ellos debe funcionar del modo correcto para producir impresión de buena calidad. El tamaño y la ubicación de los sistemas

varían según sea la marca de la prensa. Esos cinco sistemas básicos son:

- alimentador
- mojado
- entintador
- de impresión
- de entrega o salida

1. Sistema alimentador

El papel que se va a imprimir se coloca en el sistema alimentador. En casi todos se emplea un proceso de aire y vacío: una bomba de vacío empuja el aire hacia el frente de la pila del papel; dicho aire está regulado para separar hoja por hoja de la pila. La graduación del sistema alimentador es importante para el buen funcionamiento de la prensa.

2. Sistema mojado

Humedece la placa de offset. Las zonas de imagen repelerán la humedad y las zonas sin imagen la retendrán. Hay dos tipos de sistemas mojadores: el sistema con molletón y el sistema Aquamatic.

En el sistema con molletón se emplean rodillos mojadores y entintadores separados. La solución de la fuente, que es una mezcla de agua y ácido, se alimenta desde una botella a la fuente. El rodillo

tomador y el rodillo entintador están forrados con una tela gruesa, llamada molletón.

Un rodillo de fuente metálico gira y toma la solución, la cual pasa desde el rodillo de fuente hasta el rodillo tomador (forrado con molletón); este rodillo hace contacto con el rodillo oscilante, que es giratorio y tiene movimiento longitudinal, y aplica una capa uniforme de solución en el rodillo entintador (forrado con molletón). En las prensas grandes se emplean dos rodillos entintadores.

En el sistema Aquamatic se emplean los mismos rodillos para llevar la solución de fuente y la tinta a la placa de offset, todos los rodillos están cubiertos con tinta, incluso el rodillo de fuente. El rodillo de fuente toma la solución y la pasa al rodillo tomador, éste a su vez, la pasa al rodillo oscilante desde donde pasa la solución a los rodillos entintadores. Los rodillos entintadores llevan la tinta y la solución de fuente que se aplican a la placa de offset.

3. Sistema entintador

El tintero contiene el suministro de tinta. Una hoja o cuchilla en el tintero oprime contra el rodillo del tintero para controlar la cantidad de tinta que se le aplica. El rodillo tomador de tinta gira y tiene movimiento longitudinal con el rodillo del tintero para llevar la tinta a los rodillos distribuidores. Por lo general, en el rodillo tomador, o en el de fuente, hay una palanca para cortar el paso de la tinta a los rodillos

distribuidores. La tinta se lleva por medio de los rodillos distribuidores y de los rodillos batidores hasta el rodillo oscilante y a los rodillos entintadores; éstos aplican la tinta en la zona de imagen de la placa.

4. Sistema de impresión

Hay dos tipos de sistemas de prensa en que se emplean cilindros: el sistema de prensa de tres cilindros y el sistema de prensa de dos cilindros. El número de cilindros depende del diseño de la prensa. El sistema de tres cilindros tiene un cilindro para la palanca, un cilindro para el hule (mantilla) y un cilindro de impresión. La placa o lámina se monta en el cilindro para la placa. La imagen en la placa entintada se transfiere al hule que está montado en su cilindro, cuando giran. El papel pasa entre el cilindro para el hule y el cilindro de impresión. La imagen entintada en el hule se transfiere al papel en este momento. Casi todas las prensas de offset tienen el sistema de tres cilindros.

El sistema de prensa de dos cilindros tiene uno grande y uno pequeño. El cilindro grande tiene un lado para la placa y un lado para la impresión. El cilindro pequeño es el cilindro para el hule. Cuando el cilindro grande de media vuelta, la zona de imagen de la placa deja una imagen en el hule en el cilindro pequeño. En la siguiente media vuelta del cilindro grande, una hoja de papel pasa entre los cilindros y en ese momento se imprime la imagen del hule. Cada vez que el cilindro

grande da una vuelta completa, se imprime una hoja de papel. Cuando la placa imprime, recibe nueva aplicación de tinta y solución.

4.6.3 Serigrafía

Este proceso de impresión es uno de los más sencillos, y es económico, si el tiraje de este es pequeño. Se sujeta en posición un estencil (estarcido) sobre una pantalla de tela estirada y se obliga a la tinta a pasar a través del estarcido o malla de la pantalla por medio de una escobilla de caucho (rasqueta o rasero). Tradicionalmente la pantalla estaba hecha de seda, de donde deriva el término “pantalla de seda”, pero ha sido en gran parte reemplazada con materiales sintéticos. Los estenciles para la impresión de la pantalla comercial los hace fotográficamente el impresor, a partir del original que el diseñador le dio. Es un método de impresión especialmente bueno desde el original mecánico hecho a mano, y una operación muy simple el establecerlo en un pequeño taller propio.

Desde el punto de vista del diseñador la impresión de pantalla ofrece una interesante técnica para ciertos trabajos. La tinta se aplica muy espesamente y tiene una calidad densa, de modo que es muy apta para imprimir colores claros sobre superficies oscuras. A pesar de que la tecnología facilita alta velocidad en la impresión de pantalla, aun tiende a ser un proceso manual usado para impresiones pequeñas. La

textura de la pantalla es bastante restrictiva, y el proceso no es apto para reproducir medios tonos finos. Las principales ventajas de la impresión de pantalla residen en que es versátil, y puede imprimir casi en cualquier superficie, tales como madera, vidrio, metal, plástico y telas. Por estas razones, se trata de un método muy popular para producir puestos de exhibición, expositores de venta, carteles y etiquetas autoadhesivas.

4.6.4 Impresión en hueco grabado

El huecograbado es el más usado para la impresión de revistas de alta calidad o para ilustración de obras de arte, donde la calidad de la reproducción es de suprema importancia. También se usa para imprimir empaques, celofán (acetato), laminados decorativos, papel-tapiz y estampillas de correo. Los resultados finales son magníficos, pero los costos son prohibitivos.

La imagen a imprimir se graba al aguafuerte en un patrón de pequeñas celdas sobre una placa cilíndrica de cobre. Estas celdas pueden ser de diferente tamaño y profundidad y actúa como pozos para contener la tinta. Las celdas pueden variar en profundidad desde 1/200.000 a 1/6 pulgadas (0.0001-0.4mm), así que es posible un rango considerable de graduación del tono y del color. El volumen de las celdas

determinan cuánta tinta pasa sobre el papel- a más profunda celda, más densidad de entintado.

Para el diseñador el huecograbado da excelentes resultados, pero su uso es rara vez necesario, porque la litografía ahora usualmente ofrece una calidad de impresión adecuada, y los clientes no están a menudo preparados para pagar los costos extras. La principal desventaja del hueco grabado es el considerable costo de las correcciones una vez que se ha hecho la placa. El huecograbado se usa comúnmente para revistas, catálogos y folletos de alta calidad y largos tirajes.

4.6.5 Flexografía

Es un proceso de impresión en relieve como la impresión tipográfica, pero las superficies de impresión están hechas de caucho. El método es ideal para imprimir empaques, especialmente para comida, para lo cual se han desarrollado tintas especiales. Siempre se aconseja hablar con el impresor antes de preparar el trabajo artístico, porque un cierto grado de distorsión tiene lugar entre el paso de trabajo artístico y las placas finales de caucho. No es adecuado para reproducir el detalle fino.

4.6.6 Termografía

Produce una imagen brillante y resaltada. Se usa sobre todo en la papelería corporativa y el resultado puede parecer grabado si se hace bien. La termografía barata siempre se ve mal porque el tipo se expande y aparece muy desigual. Se han desarrollado tintas en una nueva gama de colores, y esto puede ayudar a incrementar la popularidad de la termografía.

4.6.7 Impresión a uno y dos colores

La impresión a un color significa, normalmente imprimir tinta negra sobre papel blanco. Sin embargo, hay que tratar de hacer el mejor uso de un color. Considere también el uso de tintas, por ejemplo en una gama de grises, desde el gris claro hasta el negro sólido. Las tintas se describen como porcentajes de colores sólidos y se imprimen como áreas de puntos. Los puntos son muy pequeños y mientras más puntos haya dentro de área fijada, la tinta será más oscura, así que el negro al 50% es más oscuro que el negro al 10%.

Por supuesto, el color único que se usa para un trabajo sencillo no tiene que ser negro, ni el papel blanco.

Usando otro color de tinta o de papel, puede lograr un resultado completamente diferente. Cuando especifique un color en particular a

un impresor, use el selector de colores Pantone (Pantone Match System). Éste es un selector de colores internacionalmente conocido.

Al usar el selector, un diseñador puede especificar un color al impresor que trabaja en cualquier lugar del mundo, simplemente citando un número de referencia. El selector mostrará una amplia gama de colores impresos en ambos papeles, mate y brillante. Los selectores más caros tienen pequeños cuadros del color que se pueden arrancar y pegar al trabajo. También hay otros productos Pantone tales como papales impresores, películas y marcadores que pueden usarse al hacer el boceto de un trabajo. Esto hace más fácil transferir los colores de un boceto a la imprenta,.

La impresión a dos colores puede ser muy eficaz, haciendo uso imaginativo de esos dos colores. Sea siempre positivo acerca de las restricciones de la impresión u úselas para su beneficio. La utilización inteligente de las tintas y la sobreimpresión, puede hacer que dos colores parezcan mucho más coloridos.

4.6.8 Impresión a cuatro colores

Para reproducir las imágenes a color deberá usar impresión de cuatro colores. Amarillo, cyan, magenta y negro, se conocen como los **colores de proceso o policromía**. Mezclando estos colores en proporciones variables, determinadas por el tamaño de las manchas de

medio tono, puede obtener virtualmente todas las sombras de cualquier color. Para una reproducción muy especializada, tal como obras de arte, o si lo desea metálico de plata u oro, se puede añadir un quinto color suplementario, pero para casi todos los trabajos, los cuatro colores de proceso son suficientes.

Se hacen placas de impresión, que imprimen la cantidad proporcional de cada color en cada área de la imagen. Juntos forma la combinación de color en la reproducción final. Para hacer estas placas es necesario separar el original en cuatro imágenes fotográficas que representan los valores relativos de cada color. Este paso se llama selección o separación del color, y lo hace un casa de reproducción, fotomecánicamente o por medio del sistema scanner. Las cuatro imágenes se graban en película, al tamaño de la reproducción final y después se les pone una pantalla. El proceso de pantalla rompe la imagen en una serie de puntos de diferentes tamaños, que registran todas las sombras de color en el original –no es posible imprimir tonos de color variados usando diferentes densidades de tinta en litografía. La selección de color se puede hacer directa o indirectamente, usando una cámara o un scanner. Ambos métodos son muy usados, pero el scanner está reemplazando rápidamente a la selección de color de originales con cámara fotomecánica.

Las cuatro hojas separadas de película producidas por el scanner deben comprobarse la una con la otra, esto es, las imágenes deben tener exactamente el mismo tamaño cuando las películas se superponen una encima de la otra y el mismo tamaño de la imagen que se quiere imprimir. Las películas se revisan para la precisión del color y se hacen en cuatro placas separadas, una para cada color, de las cuales se imprimen los cuatro colores.

Las imperfecciones en las tintas de impresión hacen posible lograr un perfecto color de reproducción sin algunas correcciones, de modo que cuando se comienza a preparar un trabajo, se producen pruebas del mismo. Esto le permite comprobar la reproducción acertada del original antes de que se imprima. Una vez que se haya visto las pruebas bajo buena luz natural, o bajo luces que no tiene polarización negativa de color hay que escribir los comentarios en las pruebas tan claramente como le sea posible. Por ejemplo, si las pruebas se ven demasiado rojas, hay que corregir la película, o que la cantidad de tinta roja se reduzca durante la impresión. Hay otros métodos técnicos con los que se puede instruir a la casa reproductora de color para reducir o aumentar una cantidad precisa de un color particular, que se puede aprender luego. Si se necesita una corrección mayor de color, el original puede separarse o seleccionarse nuevamente.

4.7 La revista

La palabra revista en inglés (magazine) proviene del árabe y en esa lengua significa almacén. Las revistas son una colección de diversos elementos, artículos y fotografías unidos por una característica común. Las funciones de las revistas son varias de acuerdo al espacio en donde aparezca. Hay revistas comerciales, suplementos de periódicos, publicaciones de empresas y últimamente revistas electrónicas. Todas intentan satisfacer intereses concretos, tanto personales como profesionales. Donde haya un grupo de gente que se interese por algo, donde haya una persona o una organización con suficiente motivación para comunicarlo, habrá una revista.

La tarea del diseñador de una revista es doble: primero el diseño debe aportar expresión y personalidad a los elementos que identifican a la revista para que se les reconozca como a un todo coherente, para atraer al lector y conseguir su lealtad. Segundo, los elementos que posee la revista se han de disponer de manera que, en ese “almacén” (como podría llamársele), el lector encuentre lo que le interesa.

La mayoría de las revistas son el resultado de un trabajo en el que colaboran varias personas, quienes cumplen con un trabajo específico. El director el subdirector, el ayudante del director, el director suplente, el redactor de artículos, el redactor colaborador y el director editorial. El

status atribuido a un cargo y la responsabilidad que conlleva varían de una publicación a otra.

En algunas editoriales, la decisión sobre lo que aparecerá en portada la tomará el director de arte. En otras, el director también opina al respecto.

El director es el principal responsable del contenido de la revista y suele tener una formación periodística. El director establece los parámetros del contenido (decidir lo que les interesa a los lectores y lo que no), encargar artículos, organizar al personal en plantilla de la revista y asegurarse de que los textos y las imágenes de los colaboradores tienen la calidad suficiente para su publicación.

Los corresponsales, colaboradores y redactores, suelen tener acuerdos con la revista por lo cuales ponen sus conocimientos y experiencia a disposición del personal en plantilla de la revista, pero no son empleados del medio a jornada completa, lo cual les permite ocuparse de otras tareas, como por ejemplo escribir para otras revistas.

Del contenido físico de una revista se suele encargar el director o el director de producción, cuya responsabilidad es de asegurarse de que todo el contenido editorial y publicitario aparezca donde tiene que aparecer, con el diseño adecuado, revisado y bien impreso.

El principal trabajo del director de arte o del diseñador, es encargarse de la presentación del material solicitado por los directores y realizado por los periodistas, fotógrafos o ilustradores. Los puestos de director de arte y de diseñador solo se diferencian en que el director de arte puede tener a uno o dos diseñadores a su cargo, haciendo que maqueten las páginas concebidas por él. Se puede decir que los diseñadores o directores de arte normalmente tiene que conseguir que la revista resulte atractiva para los lectores potenciales. Ellos tiene que darle una cierta identidad, una personalidad distintiva, y presentar el contenido y la información suplementaria de modo que los lectores puedan leer la revista sin dificultades.

“Las revistas son parte importante de la vida de las personas. Los lectores crean un lazo emocional con sus revistas favoritas, tanto por su contenido como por su presentación. La revista es una de las pocas áreas en que el ciudadano de “a pie” se fija en el diseño gráfico”⁴⁷

⁴⁷ Varios autores, Diseño de Revistas, Mc Graw Hill Interamericana Editores. México, 1995, p. 8

4.7.1 Estructura de la revista

Portada

Los directores de arte, directores y editores dan una importancia extrema a la portada. En los quioscos la portada es la que provoca el deseo de comprar. El contenido es lo más importante, pero sin una buena portada los lectores nunca lo sabrán. El mercado de las revistas mensuales es un sector con mucha competencia y por ende con mucha publicidad y dinero. Siempre la portada es muy importante para convencer al lector. Aunque la revista no sea de mucha calidad, la portada tiene que competir por la atención del lector con todo lo que la rodea.

Cabecera

En las revistas más conocidas, la forma de las letras que conforman las cabeceras resulta casi tan familiares como el mismo nombre de la revista. Esto ocurre sobre todo cuando se habla de revistas que han mantenido una forma similar durante años. Paradójicamente cuando las cabeceras alcanzan el estatus de icono, los diseñadores de revistas pueden obtener cierta flexibilidad en su realización: es cuando se rompen las reglas.

La mayoría de las cabeceras de las revistas son diseños fijos. Pueden cambiar los colores, quizás el tamaño, pero la forma de la tipografía es siempre la misma, número a número. Al utilizar la cabecera de la

revista en negrita dentro del texto, el diseño llama la atención de manera implícita. Este ejemplo de diseño como base de la propuesta editorial de una revista no habría sido posible si los diseñadores hubiesen creado una cabecera que no encajase con el texto, o si este hubiera variado número a número.

Titulares de portada

La principal función de los titulares de portada es atraer a los lectores, persuadirles para que compren una revista determinada y no la de la competencia. Aunque la revista ya esté vendida, como en el caso de una suscripción o de los suplementos de periódicos, los titulares de portada a menudo están ahí, bien sea para animar a los lectores a leer lo que han comprado o sólo para satisfacer sus expectativas sobre cómo debería ser la revista.

El tratamiento de la información de la portada varía según las revistas con el objeto de conseguir una serie de efectos: un enfoque restrictivo - en el que solo aparecen los artículos más importantes- podría sugerir cierta sofisticación mientras que las portadas que anuncian sin parar todo lo que hay en la revista, quizá estén intentando sugerir que su oferta es muy buena.

Todos los números de todas las revistas comparten características únicas: una larga entrevista o los resultados de una encuesta importante. En esos casos el diseñador utilizará un tamaño o un color

concreto en el texto para que los titulares de portada más relevantes destaquen. Esto no solo se hace teniendo en cuenta la competencia de las demás revistas, sino también los otros titulares de la misma portada.

El modo en que se escriben los titulares de portada también sugiere a los nuevos lectores por dónde va la revista. Pueden ser locuaces, informativos, ingeniosos o sensacionales. Lo mismo se deduce de su estilo tipográfico: si no hay nada mejor, los lectores buscarán señales visuales en el lenguaje gráfico de la portada.

Los titulares de portada, como la información del lomo, también se pueden utilizar para añadir información extra. Para que estos titulares funcionen bien, se debe tener en cuenta no solo la imagen de la portada –si los titulares de portada deberían estar alrededor de una figura central o enterrados al final de la página, compitiendo por la atención con la cabecera o adoptando un segundo plano-sino también el contenido y la personalidad de la propia revista.

Imágenes de portada

Resulta obvio observar que la mayoría de las revistas actuales con pocas excepciones, incluyen imágenes en portada, pero esto no siempre ha sido así. Hoy solo contadas revistas informativas de

publicación semanal llevan artículos de texto en las primeras planas, siguiendo el estilo de un periódico.

Puede también parecer obvio decir que la imagen de la portada cambia con cada número, pero esto es una innovación de no hace mucho tiempo. Hace ciento cincuenta años, las portadas eran vistas como una hoja de protección para las revistas, y aunque la información de éstas variaba en cada número, los editores no veían la necesidad de cambiar la imagen con regularidad.

Aún hoy, entre las revistas de menor calidad, hay pocas variaciones en los cambios de la portada, que son casi irrelevantes. Estas portadas son poco más que códigos visuales según el tipo de artículos que se espera encontrar en dichas revistas. No obstante, los directores de arte, los directores y los editores confían en las imágenes de portada, pues creen que tienen una enorme influencia en las ventas. Algunos consideran que seleccionar la imagen correcta no es sólo un arte, sino casi una ciencia. **“Estudios realizados al respecto señalan que crear un contacto visual entre la persona que compra (de cualquier sexo) y una mujer atractiva es un sistema seguro de vender revistas. Los estudios además demuestran que las**

portadas con imágenes de famosos vender mejor que las de los políticos”.⁴⁸

Sea famoso, político, modelo, hombre o mujer en las revistas de calidad, la imagen de portada más habitual es una toma de primer plano o de cuerpo entero. A menudo, las revistas comerciales intentan representar de modo interesante algún aspecto del contenido en la portada: una revista de informática por ejemplo, mostrará una imagen manipulada digitalmente de un monitor, un ratón o un teclado.

En el caso de las revistas de información, la portada también suele actuar como recordatorio del acontecimiento más importante de la semana o del mes.

En todo tipo de publicaciones hay dos tipos básicos de portada. La mayoría de publicaciones actuales muestran una imagen simple e icónica (de una persona o un objeto) que se entiende a la primera y se aprecia desde lejos.. Por otro lado, algunas revistas presentan imágenes más complejas y detalladas que requieren un cierto estudio antes de entenderlas o apreciarlas.

Contraportadas

Las portadas son para las revistas lo que la carta para un restaurante: llaman la atención y persuaden a los comensales para que prueben lo más importante, los platos que están preparándose en la cocina. Las

⁴⁸ Varios autores, Diseño de Revistas, Mc Graw Hill Interamericana Editores, México 1995 , p. 24

portadas tienen la función de identificar la revista, pero las contraportadas suelen considerarse poco útiles para su promoción y la identificación de sus contenidos.

Por ello, suelen venderse a los anunciantes, que pagan precios especiales por una posición tan prominente. Algunas revistas sin embargo, deciden sacrificar esos ingresos extras para aprovechar la contraportada. Pero el uso de las contraportadas con funciones editoriales va más allá de lo utilitario: como la mayoría de las revistas las destinan a publicidad, las que no lo hacen marcan la diferencia.

Formato

La mayoría de las revistas tienen un formato y una forma similar porque debe ser así: quizá tengan que distribuirse por correo o estén expuestas en los quioscos, lo que resulta más fácil si la revista tiene el tamaño convencional. Los impresores de revistas especializados también suelen trabajar con publicaciones de un tamaño estándar. Desviarse demasiado de la norma hace que la factura de impresión se dispare. El formato estándar A4 vertical también tiene ventajas de diseño: es lo bastante grande para incluir una cantidad razonable de palabras e imágenes en cada página y lo bastante pequeño para que se pueda leer cómodamente.

A pesar de estas consideraciones algunos directores de arte sienten que las ventajas de hacer una revista con un tamaño fuera de lo normal

superan las desventajas. Cuando una de estas revistas se pone junto a un montón de publicaciones convencionales, la revista de tamaño diferente es la que más destaca, lo cual le dará a la publicación alternativa el empujón que necesita para sobrevivir y tener éxito. Una revista que es más pequeña que la medida puede recordar a un libro, con las consecuentes asociaciones de permanencia, coleccionismo y sustancia. Un formato más grande lo normal le da al diseñador más espacio con el que jugar, lo cual es útil si la revista destaca, por ejemplo, por una fotografía de buena calidad y de mucho detalle.

El editorial

La columna editorial, o editorial, normalmente se sitúa en la página del sumario o cerca de ésta y se diferencia del resto del contenido de la revista en que la dirección de la publicación habla directamente al lector; es equivalente del editorial de un periódico, en el que el director es libre de pronunciarse sobre las noticias del día o sobre cualquier tema que le apetezca. A menudo se usan para describir las maravillas del contenido de ese número. Aunque hay muy pocas divergencias entre revistas en lo que respecta al estilo-no deja de ser una simple columna de texto-, los lectores podrán obtener mucha información sobre el tono de la revista mediante dicha columna: una fotografía del director y su firma manuscrita transmite cierta confianza y cercanía.

Pocas revistas se apartan de los parámetros convencionales en la columna editorial.

Cambios de sección

Teniendo en cuenta que hay texto en toda la revista y que variará de tipografía y de tono en el proceso, el diseñador es el responsable de añadir cierta lógica a su presentación.

Básicamente la mayoría de las revistas se dividen en artículos principales y artículos de relleno: los artículos principales suelen ocupar varias páginas y los de relleno suelen ser noticias o informaciones de interés. Es una práctica generalizada distinguir estos dos tipos de artículos mediante el diseño, y aunque no hay reglas fijas para hacerlo, el análisis de una muestra aleatoria de revistas sugiere que el uso de columnas de texto más anchas, diferentes tipografías, introducciones más largas y titulares más grandes son la norma de los artículos más importantes. Algunas revistas utilizan tintes de fondo para identificar ciertas secciones.

Introducciones

El término que se refiere a las líneas de presentación de un artículo es impreciso. Muchos periodistas y diseñadores se refieren a las líneas que resumen el contenido del artículo como titular. Pero hablando con propiedad, el titular es el título del artículo y las líneas que lo siguen es lo que se llama introducción.

La introducción puede adoptar formas muy variadas. A veces es el primer párrafo del cuerpo del texto del artículo y puede ir resaltado en negrita. En otros casos, puede ser tan solo un crédito que menciona al redactor y al fotógrafo. No obstante, normalmente, la introducción suele tener unas cuantas líneas y queda diferenciada del cuerpo del texto, actuando como puente entre el titular y el resto del artículo.

La introducción cumple dos funciones esenciales: en primer lugar, actúa como resumen de lo que viene a continuación (con quien es la entrevista, que intenta argumentar el periodista) y da al lector una idea para decidir si continúa leyendo el artículo. Si la introducción, promete, será positivo para el artículo; si no, pasarán de página. En segundo lugar, orienta al lector, formando parte de una jerarquía de información (titular, introducción, texto) que facilita la lectura. Las introducciones de más de cuarenta palabras, o tres o cuatro líneas, son contraproducentes: quitan tanto las ganas de leer como el texto que intentan resumir.

Fotografía

“A mediados de los sesenta, un joven fotoperiodista llamado Don MacCullin se hizo famoso por una serie de imágenes evocadas y de impacto sobre la guerra de Vietnam. Al mismo tiempo, la revista que las publicó *The Sunday Times Magazine*, ya conocida por el uso de las imágenes en color, quedó asociada a las

fotohistorias, y al género en desarrollo del fotoperiodismo. Aún hoy la revista sigue manteniendo vigente este método de trabajo. Dedicando varias páginas consecutivas a fotografías (cada una es espacio generoso y acompañada tan sólo por breves leyendas). *The Sunday Magazine* presentó a una generación de lectores el concepto de que las historias en imágenes no sólo era para niños”.⁴⁹

Evidentemente, los lectores pronto se familiarizaron con la narrativa visual en otros contextos: las revistas de moda se han basado sobre todo en lo visual desde su nacimiento hasta ahora. En dichas publicaciones, las dobles páginas que muestran a modelos en terno de baño o con vestidos de noche son tan seguras como un artículo de 2 000 palabras sobre economía en un semanario económico. Hoy en día ese sistema no sólo se utiliza para la ropa, también para interiores, comida, artículos de consumo y para cualquier producto que despierte más interés por su imagen que por todas las palabras que puedan describirlo.

Pero aunque a veces la gente lee historias sólo con letras o historias solo con imágenes, en la gran mayoría de los casos, ambas van juntas. La relación entre unas y otras es lo que diferencia a las revistas de los libros y los periódicos.

⁴⁹ Varios autores, Diseño de Revistas, Mc Graw Hill Interamericana Editores, México, 1995, p. 114

Subconscientemente, el lector fija constantemente en el texto y en la imagen, buscando pistas en cada uno de ellos. Por esta razón, la posición de las imágenes en la página es esencial: el lector mirará automáticamente la imagen cada vez que el texto hable de ella, y si el lector tiene que mover los ojos demasiado por la página, y luego ser pierde en su lectura, se sentirá desconcertado: será una lectura poco cómoda.

4.8 Fases del diseño

4.8.1 Boceto

El boceto es la planificación en aspectos sobre la forma, tamaño y distribución del espacio gráfico.

En el boceto se elaboraran los trazados que generalmente los hacemos a mano alzada para llegar al arte final. Es decir al diseño listo para envira a la imprenta. En el boceto se van tomado todas las decisiones importantes. Se realiza muchos bocetos sobre un mismo material: en cada nuevo boceto se toman más dediciones que en el anterior. A pesar de que el diseño final se realiza en un computador es recomendable el uso de bocetos en papel. El boceto debe trabajarse idealmente en el mismo tamaño que se trabajará el diseño final, aunque también se recomienda hacer varios esbozos en una sola hoja de papel para poder compararlos finalmente.

4.8.2 Machote

Es un boceto de las páginas de la revista que queremos diseñar; en donde se coloca la estructura de las secciones y la distribución de cajas de texto e imágenes. El machote se debe trabajar idealmente en el mismo tamaño y formato que tendrá la revista final.

Para saber con exactitud el número de caracteres que tendrán los artículos y de esta manera distribuir en el espacio las fotografías y las ilustraciones.

4.8.3 Tipografía

Las columnas de texto sin formato, las líneas con más de sesenta o setenta caracteres y un tipo o forma de letra (tipografía) general o demasiado uniforme –de los titulares a las entradillas- son elementos que hay que evitar en el contexto de una revista. No obstante la mayoría de las revistas publican artículos de hasta 5.000 palabras: son lo esencial de la revista, su principal razón de ser y el contenido por el que se vende la mayoría de publicidad. Por ello es importante que el diseñador los haga apetecibles mediante un buen uso de la tipografía y la imagen.

La mayoría de los diseñadores editoriales cuentan con algunos trucos tipográficos para romper la monotonía del texto y darle color y energía

a la página sin confundir al lector o distraer su atención de lo que realmente importa: el contenido. Muchas de estas técnicas pueden resultar obvias: poner titulares o introducciones en una tipografía mayor o en negrita y situarlas donde el lector espera que empiece el artículo: en la esquina superior izquierda, por ejemplo. Otros métodos sutiles empleados por los diseñadores de revistas incluyen el uso de una inicial capitular, sangrías para las citas de otros textos, salto de líneas para citas de otras personas, una línea en blanco entre párrafos u otros elementos como series de puntos o estrellas para identificar una ruptura natural en el texto.

La polémica sobre legibilidad, especialmente en relación con las revistas, se ha vivido a lo largo del tiempo. Algunos diseñadores argumentan que el diseño en una revista tendría que tener una presencia invisible en la página, que solo tendría que existir para que el lector interprete las palabras y las imágenes de la página del modo más sencillo posible. El estilo tipográfico de una revista hace que el lector la identifique; intuitivamente, les dice por dónde van (por ejemplo, columnas anchas, titulares en negrita y tipografía con serifa: la parte de los artículos; columnas más estrechas y tipografías sin serifa: las direcciones útiles). Pero es más que eso: aunque pocos lectores se dan cuenta, la tipografía de una revista es el esqueleto sobre el que reposa la carne de la maquetación y visualmente, quizá sea un aspecto

más importante que la combinación de portadas, las ilustraciones o la compaginación.

4.8.4 Retículas

El mayor problema que encuentra un diseñador es el disponer los signos gráficos (títulos, textos, ilustraciones, fotografías, etc.) dentro de un espacio dado (la hoja). Este problema ha conducido al diseño de ciertas reglas y fórmulas para ordenar la información que se tiene, de forma equilibrada y creativa. Estas cualidades se obtienen a través del control de la mediación del espacio. Es decir, a través de la creación de retículas.

La retícula es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión. Las columnas representan las zonas verticales en que se va a alinear el texto. Estas mismas divisiones se usarán para influir en la posición de otros elementos tales como títulos, fotografías o ilustraciones.

En una publicación periódica estas retículas, idealmente, deben mantenerse. Así, el impreso (revista o boletín) mantendrá un estilo que los lectores reconocerán siempre. Existen muchas formas de dividir el papel, sobre estas divisiones iremos colocando los signos gráficos. Las retículas se deben crear también en los diseños por computador. En los programas de autoedición se refieren a guías y reglas. En las

páginas maestras (que son las páginas en las que se definen todas las “marcas” que llevará el material), se debe decidir el número de columnas y las reglas que se va a utilizar.

4.8.5 Título, textos e imágenes

El diseño de un impreso suele incluir el uso de imágenes: formas diversas, fotografías o dibujos. La introducción de estos elementos abre el campo de las posibilidades del diseño y le quitan la formalidad que tienen los recursos tipográficos (los títulos y el texto).

Cuando se habla de diseños con imágenes, el juego de composición se complica un poco. Estos son algunos de los criterios que deben tener en cuenta al introducir imágenes:

- Se debe colocar imágenes acordes con el texto
- Se debe tener clara la función que se quiere que las imágenes desempeñen dentro del texto: pueden ser apoyo a lo que se está diciendo, pero también pueden ser lo más importante de la página.
- Debemos lograr equilibrio entre las imágenes y el texto. No es apropiado colocar imágenes muy pequeñas en páginas con mucho texto, por ejemplo.
- La imagen debe “aclarar” y no confundir.

También se considera imágenes a aquellas formas geométricas o libres a las que se podrá remitir cuando no se tenga imágenes (dibujos o fotografías).

4.9 Diseño electrónico

En todo trabajo de diseño y diagramación es importante tener a mano herramientas que faciliten el trabajo: sean estos manuales (lápices, tijeras, ect.). O tecnológicos: computador y programas (software). En el diseño electrónico debemos contar con el equipo apropiado, es decir con una máquina con suficiente capacidad de disco duro para guardar lo que se va realizando y con suficiente velocidad (memoria RAM) para correr los programas. Existen dos sistemas de computadoras, los llamados compatibles que trabajan con sistemas operativos (WINDOWS) y las computadoras Macintosh con el sistema MAC.

Existen en el mercado algunos programas que vienen con todo junto, traen procesamiento de palabras, autoedición, dibujo, hojas electrónicas. Algunos son semiprofesionales (Word, Paint). Y otros más sofisticados :Illustrator, Photoshop, Quark Express, Corel, entre otros.

En el diseño electrónico la superficie sobre el cual trabajaremos o lo que hemos llamado antes el “soporte” es reemplazado por la pantalla y por la “hoja” que aparece allí, el lápiz, por el “ratón” o “Mouse”, el

borrador por el comando borrar, las tijeras por el comando cortar, las reglas, el compás y todas las herramientas de dibujo de formas por líneas, círculos y demás formas que se logran con sólo hacer “click” con el ratón, la cinta pegante por el comando “pegar” o por el comando “colocar”, etc. Todo el documento puede trabajarse a la vez y se pueden hacer los cambios que se deseen con un click .

4.9.1 Programas para trabajar en computador

PROGRAMAS DE AUTOEDICIÓN

PROGRAMA	MACINTOSH	PC
Pagemaker	x	x
Quarkxpress	x	x

PROGRAMAS DE DIBUJO Y DISEÑO

PROGRAMA	MACINTOSH	PC
Adobe Ilustrador	x	x
Coreldraw		x

PROGRAMAS DE TRATAMIENTO DE FOTOGRAFÍAS E ILUSTRACIONES

PROGRAMA	MACINTOSH	PC
Adobe Photoshop	x	x

4.10 Diseño Web

Es el diseño que se aplica para la Web. Para definir el concepto se puede hacer una pequeña comparación entre el diseño para impresos y el diseño para la Web .

Comparten en algunos procesos, los mismos programas como el Adobe Photoshop. Por su parte el diseño Web requiere de un conocimiento más tecnológico, aplicado en lo que se conoce como el lenguaje HTML . En el diseño de impresos se manejan los colores CMYK (de tinta) al mezclar estos cuatro colores aparecen todas las gamas de colores que existen.

La Web en cambio utiliza el sistema BGR (de luz) que se los mezcla para obtener todas las demás tonalidades. Estos no son exactos, dependen de las tonalidades del monitor.

Para los diseños en Web hay que manejar bien el conocimiento en cuanto al peso de las imágenes. Este permite hacer fácil la navegación. Aquí se toma en cuenta y es muy importante el tiempo de despliegue de la página en la que incide el peso de las imágenes. La página totalmente desplegada no debe ser más pesada de 70 Kbytes. El fin de esto, es lograr que como están preconcebidas las páginas Web de sus inicios, puedan tener mucha información y una forma eficiente de despliegue. Eso tiene que ver directamente con los intereses de los “cibernautas” que acceden con ese objetivo, entre otros a la red.

La estructura que va a tener la página en el proceso de diseño deberá ser bien planificada. Esto quiere decir, llegar a definir los espacios de acuerdo a la información que se va a mostrar. La distribución de los espacios, en otras palabras, el diseño, en general tiene que ser lógico y sencillo para que el lector no se confunda y puede navegar sin problemas.

No hay que olvidar que para hacer posible un diseño o aplicación Web se debe contar con un software dotado con todo lo que se necesita para poder ejecutar las diferentes funciones que se requiere para la Web.

Aquí (en la Web) no existe tanta libertad para diseñar porque se tiene que regir y basar los diseños en un modelo estándar y universal que viene a ser como la base de todo el sistema Web.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Luego de haber finalizado este trabajo es posible apuntar algunas conclusiones.

En torno a la comunicación; es este el principio y fin de las relaciones humanas. No se pueden desarrollar las relaciones (cualquiera que estas sean) sino se abre un canal que permita a las personas transmitir sus ideas y sentimientos y de esta manera interactuar unos con otros.

Desde el nacimiento de los primeros hombres, estos desarrollaron rudimentarias formas de comunicación para relacionarse con sus semejantes y así consolidar los grupos humanos que les permitirían lograr una mejor vida. Puesto que a través de la comunicación con los demás, ellos podían conocer nuevas formas de cultivar y cazar, por ejemplo.

Esto puede sintetizar la idea anteriormente descrita, sobre el hecho de que la comunicación es un factor que incentiva el desarrollo. A través de ella se logran procesos para superar dificultades de entendimiento entre las personas y refiriéndose a grupos grandes, la comunicación logra compartir criterios que posteriormente requieran ser unificados para fomentar el desarrollo.

En este contexto, el lenguaje es la herramienta que se utiliza para que se efectúe la comunicación y por ende el inicio de las relaciones entre los seres humanos. El lenguaje constituye entonces el elemento más importante de la comunicación.

Las diversas maneras de comunicar no solo se expresan en las formas tradicionales y conocidas. De hecho, el campo de la comunicación es tan amplio que permiten que a través de diversos elementos se logre comunicar. El arte en general sirve para comunicar ideas y sentimientos expresados a través de distintas manifestaciones, uno de ellas es el teatro.

El teatro es una manifestaciones artística que comunica recreando historias y cuya expresión más comunicativa está en la representación de los actores. Son ellos el elemento de comunicación principal, no el único. Ya que en la actividad teatral todo evoca a la comunicación, el escenario, el vestuario, el montaje en general.

La forma de comunicación en el teatro es hacer sentir al público la esencia de la representación, a través de la interpretación del actor. El público siente los sentimientos que expresa el actor y este a su vez regresa al actor este "impulso" manifestando una emoción. El rito que representa el inicio del teatro era para los aborígenes una

forma de comunicarse con su mundo interior a través de la veneración a sus Dioses. Los ritos y danzas que desarrollaban eran su forma de comunicarse con ellos, con sí mismo y con su entorno.

La manera de expandir este proceso que se puede dar aún en las instancias más íntimas como lo describimos en el párrafo anterior, es a través de los medios masivos de comunicación. Estos representan ese espacio que abre los canales entre las masas en los que la comunicación logra derivar y generar otra clase de procesos como consecuencia de la “comunicación base” como es la opinión pública.

El objetivo de los medios de comunicación es informar, educar y entretener. Bajo esta premisa, los medios que se creen para lograr este objetivo deben concebirse de tal forma que lleguen a este fin.

Recomendaciones

Haber concluido este trabajo significa tener un conocimiento más amplio sobre todos los temas que se trataron. Lo que permite hoy, basado en ese conocimiento sugerir algunos puntos.

Es importante entender a la comunicación como el proceso más importante para entablar las relaciones humanas.

De ahí que se recomienda utilizar el lenguaje correcto para poder llegar a los demás con las ideas que se quiere transmitir. Es decir, abrir un canal de comunicación donde no existan elementos que la puedan frustrar, como no hablar con un buen lenguaje, por ejemplo, tanto en la comunicación oral como en la escrita.

Siempre es bueno intentar nuevas formas de comunicación distintas a las tradicionales y aprender a reconocerlas.

El teatro puede ser una de ellas. A través de el no solo se comunica usando las palabras sino también los gestos y los movimientos.

Estos -fuera de la actividad teatral -, en la cotidianidad, también actúan y sirven para comunicar, por eso es importante saber reconocerlos.

Aplicar esta forma de comunicación ayuda a entender más allá de lo que se dice con la palabras, lo cual en algunas circunstancias es

necesario y marca la diferencia, ya que no es solo se está conociendo lo que se escucha, sino también lo que se percibe.

Esto puede ayudar a descifrar mejor la información que se nos está ofreciendo y hace que dicha información pueda ser analizada y comprendida más allá de su contexto literal, lo cual sirve para mejorar nuestra capacidad de interpretación.

Es recomendable que las instituciones incentiven la comunicación con sus públicos a través de medios dirigidos especialmente para esto. Las revistas u otras publicaciones pueden ser algunas opciones.

Además es importante concienciar sobre el poder que se tiene al utilizar un medio de comunicación en la tarea de la educación constante de las sociedades. Si se entiende esto, se sabrá que en torno a los medios de comunicación existe el compromiso y la responsabilidad de informar debidamente, ante todo.

Bibliografía

- AVITIA HERNÁNDEZ Antonio, Teatro para principiantes: del rito al happening, Editorial Árbol S.A. Madrid, 1990.
- BELTRÁN y CRUCES Raúl Ernesto, Publicidad en medios impresos, Editorial Trillas, México DF, 1984.
- BERLO David, El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y a la práctica, Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1982.
- BRIDGEWATER Peter, Introducción al diseño gráfico, Editorial Trillas. México, 1992.
- DE LA TORRE Francisco Javier, Taller de análisis de la comunicación, Mc Graw Hill, Interamericana de México, 1994.
- DESCALZI Ricardo, Historia Crítica del Teatro Ecuatoriano, Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana. Quito, 1968.
- DIAZ PLAJA Guillermo, Enciclopedia del Arte Escénico, Editorial Noguer, Barcelona, España, 1970.
- GARGUREVICH Juan, Géneros periodísticos, Editorial Trillas, México, 1888.
- GILLAM SCOTT Robert, Fundamentos del diseño, Edición Revolucionaria, La Habana, Cuba, 1992.

- HELBO André, Semiología de la representación: teatro, televisión y comic, Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1978.
- IND Nicholas, La imagen corporativa, Ediciones Diaz de Santos S.A., Madrid, 1992.
- LALINDE POSADA Ana María, El diseño y la diagramación, Texto editado por la OCIC (Organización Católica Internacional del Cine y los Audiovisuales), Quito, 1997.
- MURIEL María Luisa, ROTA Gilda, Comunicación institucional, enfoque social de la Relaciones Públicas, Colección "Intiraymi", ediciones CIESPAL, Quito, 1990.
- OLEA Oscar, Metodología para el diseño urbano, arquitectónico, industrial y gráfico, Editorial Trillas, México, 1988.
- PRIETO STAMBAUGH Antonio y MUÑOZ GONZÁLEZ Yolanda, El teatro como vehículo de comunicación, Editorial Trillas, México, 1992.
- RODRÍGUEZ CASTELÓ Hernán, Teatro Ecuatoriano, Clásicos Ariel, Número 17, Primer Tomo, Quito.
- Teatro Nacional Sucre 1886-2003. Texto de edición especial, Editado por el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural, Quito, 2003.
- Varios autores, Dirección General de publicaciones de la UNAM, Ciencias de la comunicación 2, México, 1976.

- Varios autores, Diseño de Revistas, McGraw-Hill/ Interamericana de editores S.A. México DF, México, 1997.
- Varios autores, Introducción a las Artes Gráficas, McGraw-Hill/ Interamericana de editores S.A. México DF, México, 1996.
- Varios autores, Proyectos de Tipografía, McGraw-Hill/ Interamericana de editores S.A. México DF, México, 1996.
- VILLAFANE Justo, MINGUEZ Norberto, Principios de la Teoría General de la Imagen, Editorial Pirámide, Madrid.

Direcciones Web

- - www.gestiopolis.com: 05/05/17

- www.teatrosdelmundo.com: 05/04/29

- www.teatrosucre.com: 05/05/25

- <http://iris.cnice.mecd.es/media/prensa/bloque4> 05/03/20

ANEXOS

Entrevista: Julio Bueno Arévalo, director ejecutivo de la Fundación Teatro Nacional Sucre

“El teatro Sucre es un teatro consagratorio”

1. ¿Cómo está formada la Fundación Teatro Nacional Sucre y cómo funciona?

La Fundación es la instancia que se creó para que maneje el teatro. Esta fue creada por el Municipio de Quito luego de que en el año 2000 el gobierno de Gustavo Noboa le entregó el teatro en comodato al Alcalde Paco Moncayo. Es una institución privada formada por empresas públicas. La forman la Alcaldía, el FONSAL, la Empresa de Desarrollo del Centro Histórico, la Subsecretaría de Cultura, la Casa de la Cultura y otras empresas. A través de esta el teatro recibe el 25% del presupuesto del Municipio y el 75% de la empresa privada. Su fin principal es manejar y preservar el Teatro, trabajar en conjunto para que la actividad artística del país siga creciendo a través de este espacio.

2. Desde su inauguración en noviembre del 2003, ¿cuántos espectáculos se han presentado, cuál ha sido el más concurrido, y otros que se puedan destacar?

A lo largo de este tiempo se han presentado más de 100 obras. La más concurrida fue el concierto del Tenor José Carreras, el 23 de octubre del 2004. La taquilla se agotó y además 10 000 personas desde la Plaza del Teatro y la Plaza de San Francisco veían el espectáculo a través de las pantallas gigantes que se colocaron en esas plazas. Otros espectáculos que se pueden destacar son la presentación de Marcel Marceu, Joan Manuel Serrat en un concierto sinfónico y la representación teatral de dos grandes obras de la literatura latinoamericana, “La fiesta del chivo” y “Crónica de una muerte anunciada” bajo la interpretación del Teatro Nacional de Colombia.

3. Durante este tiempo, ¿qué géneros o expresiones artísticas se han presentado en el Teatro?

Hemos tenido de todo. Ópera, opereta, ballet, zarzuela, danza contemporánea, conciertos sinfónicos, camerales, mimos, teatro para niños, música popular.

4. ¿Cuál es el denominador común dentro de esta variedad de espectáculos?

Definitivamente la calidad. Nosotros buscamos que lo mejor este en el "Sucre". Todo lo que presentamos está escogido por nuestra comisión de programación y nuestro director musical y escénico. Ellos hacen una selección exhaustiva de lo que se debe presentar, bajo un alto conocimiento y criterio artístico. En el Teatro Sucre solo se presenta lo mejor de lo mejor. Y en esa variedad presentada hasta el momento ha estado presente sin lugar a dudas lo mejor.

5. Técnicamente, ¿cómo esta dotado el Teatro?

El Teatro Sucre cuenta con el mejor sistema esceno-técnico de Latinoamérica que fue instalado desde su rehabilitación en el 2003. Cuenta con sofisticados equipos de comunicación, video e iluminación y una concha acústica adquirida en Oklahoma Estados Unidos, diseñada específicamente para este teatro. Además el edificio del Teatro Sucre tiene la característica de ser polifuncional. Ya que sirve de estudio de televisión, puesto que las luces que posee, tienen la temperatura necesaria para grabar un programa de TV.

6. Durante su etapa de restauración, ¿qué obras fueron realizadas?

Fueron varias e importantes sobre todo las relacionadas a la estructura del teatro. Se hizo una impermeabilización de cubiertas, reforzamiento estructural de muros, pisos, entresijos y cimentaciones. Se restauraron los camerinos, el escenario, la caja de tramoyas y la rehabilitación del área de oficinas administrativas y boleterías. Instalación y provisión de nuevos equipos, rehabilitación de las butacas originales, restauración de cuadros, limpieza de lámparas, restauración del telón y de la estatua del Mariscal Sucre, entre otras.

7. Culturalmente ¿qué significa el Teatro Sucre?

Bueno, sin duda el Teatro es un símbolo de la cultura de la ciudad. Es además uno de los promotores de la cultura nacional y el espacio consagratorio de las artes que refuerza el carácter emblemático del Centro Histórico de Quito, consolidándolo como el mayor centro cultural del país. El Teatro Sucre es también el teatro consagratorio del Ecuador.

8. ¿Qué significa ser un teatro consagratorio?

Esto significa ser un lugar al que solo llegan los mejores. Es decir, si algo es realmente bueno seguro estará en el Teatro Sucre. Esto va

más relacionado a los artistas, si ellos tiene la posibilidad de actuar en el “Sucre”, se abran consagrado, pues esto les significa haber dado un paso grande dentro de su carrera. Esto significa que son buenos, por eso están aquí. Además el “Sucre” es un escenario consagradorio porque convoca a artistas y público. La talla de los artistas que nos visitan le han dan esa característica.

9. ¿Qué espera lograr el Teatro Sucre para continuar activo dentro del ámbito cultural?

Hay varias cosas, una de ellas es consolidar las temporadas anuales en todas las artes. Es decir, con esto se conseguirá presentar una cartelera anual con la programación confirmada de tal manera que se pueda vender abonos para el resto del año. Así el público contará con una programación continua que la conocerá con anticipación, lo que le podrá dar tiempo para elegir a la que quiera asistir. Otra es sacar al teatro fuera de Quito. Esto significa llegar a otras ciudades con varios espectáculos bajo la producción y sello del Teatro Sucre. Seguirlo fortaleciendo con variedad de obras de calidad, presentando las de más alto nivel en todas las artes. Una de las más importantes es continuar integrando a públicos nuevos a través de la utilización de espacios públicos mediante la ubicación de pantallas gigantes. Esto

servirá para dar apertura al público que no pueda acceder a un espectáculo, para ellos, esta será la forma de integrarse a nosotros.