

1  
23

# UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



## MAQUILLAJE, COMUNICACION NO VERBAL EN LA TELEVISION MEXICANA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

P R E S E N T A :

MARIA NOEMI TAMAYO MIRANDA

MEXICO, D. F.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

1988



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

INDICE

INTRODUCCION.....	I
CAPITULO I	
COMUNICACION NO VERBAL.....	1
1.1 Definición.....	2
1.2 Antecedentes.....	2
1.3 Areas de estudio.....	4
1.3.1 Movimiento corporal o cinésica.....	5
1.3.2 Características físicas.....	25
1.3.2.1 La configuración del cuerpo.....	27
1.3.3 Comportamientos táctiles.....	30
1.3.4 Paralenguaje.....	32
1.3.5 Proxémica.....	34
1.3.6 Entorno.....	36
1.3.7 Artefactos.....	41
1.4 Etología.....	42
1.4.1 Definición.....	42
1.4.2 Desarrollo de la Etología en la comunicación no verbal.....	42
1.4.3 Comunicación animal.....	44
1.5 Desarrollo de la comunicación no verbal en el ser humano.....	47
1.5.1 Comunicación en el útero.....	50
1.5.2 Código no verbal en los niños.....	51
1.5.3 Comunicación en los adultos, conversación y orden público.....	53
1.6 Perspectivas de comunicación no verbal en el proceso total de la comunicación.....	56
CAPITULO II	
COMUNICACION.....	63
2.1 Definiciones.....	64
2.2 El proceso de la comunicación.....	64
2.3 Elementos del proceso.....	65
2.4 Tipos de comunicación.....	70

2.5 Características generales de los medios de comunicación y sus usos.....	72
2.6 Clasificación de los medios de comunicación....	74

## CAPITULO III

TELEVISION.....	79
3.1 Antecedentes históricos.....	80
3.1.1 En el mundo.....	80
3.1.2 En México.....	80
3.2 Tipos de programas.....	90
3.3 Elementos para la producción de un programa de televisión.....	93

## CAPITULO IV

MAQUILLAJE.....	101
4.1 Definiciones.....	102
4.2 Antecedentes históricos.....	102
4.2.1 Antecedentes históricos en el mundo.....	106
4.2.2 Antecedentes históricos en México.....	180
4.3 Maquillaje en la televisión mexicana.....	185
4.3.1 Elementos técnicos que apoyan al maquillaje.....	185
4.3.1.1 Iluminación.....	188
4.3.1.2 Teorías del color aplicada a las cámaras de televisión.....	194
4.3.2 Tipos de maquillaje.....	198
4.3.2.1 De acuerdo al programa.....	199
4.3.2.2 De acuerdo al personaje.....	201
4.3.3 Técnica de maquillaje para televisión aplicada en México.....	203

## CAPITULO V

MAQUILLAJE COMUNICACION NO VERBAL EN LA TELEVISION MEXICANA.....	212
5.1 Maquillaje comunicación no verbal.....	213
5.1.1 Significación del maquillaje en la historia.....	218

	Pág.
5.2 En la televisión mexicana.....	220
5.2.1 Apoyo al mensaje visual.....	221
5.2.2 Ubicación de status.....	222
5.2.3 Credibilidad y calidad en la imagen.....	222
5.2.4 Ubicación de época.....	223
CONCLUSIONES.....	226
BIBLIOGRAFIA.....	230

## INTRODUCCION

La idea de realizar este tema se debe a que durante algunos años he trabajado en una empresa de televisión mexicana en el área de maquillaje y me he encontrado con muchas carencias de información en cuanto al conocimiento del profesional de comunicación en esta área.

Pretendo con esta tesis aportar para la carrera de comunicación mayor cantidad de información para el mejor manejo y -- comprensión de mensajes visuales, específicamente en lo que se refiere a televisión. Así como el análisis y conocimiento de otros tipos de comunicación, tales como el tema de maquillaje que a nivel comunicación puede ser desarrollado en varios aspectos, sin embargo considero que el más importante es el de comunicación no verbal y pretendo demostrar esto en el desarrollo de mi investigación.

Considero por esto, que mi punto de partida es precisamente la comunicación no verbal y el desarrollo de las teorías -- que originan su estudio así como las conclusiones de las mismas. Una de las principales premisas de los investigadores de la comunicación no verbal es que ésta se da simultánea y estrechamente ligada a la comunicación verbal, ciencia de la que -- nos interesará tratar sus elementos y principales definiciones para llegar a la vinculación con los medios masivos y específicamente con la televisión; para hablar a grandes rasgos de su desarrollo histórico y particularizar en su desarrollo en México, así como de los elementos necesarios para la elaboración -

de un programa de televisión en nuestro país.

Siendo el maquillaje uno de estos elementos, trataré su desarrollo histórico que en las diferentes culturas siempre ha tenido un significado, ha sido un mensaje cuya interpretación se ha dado de acuerdo a un lineamiento socio cultural en un determinado momento y lugar; por cierto, característica propia de cualquier tipo de comunicación no verbal.

Llegaré a su uso en los medios visuales de comunicación como antecedentes del maquillaje en la televisión mexicana, -- los elementos de apoyo para su realización tanto técnicos como estéticos. Esto nos llevará al estudio de temas tales como la teoría del color aplicada a las necesidades técnicas en el material de maquillaje para televisión o los elementos de análisis para la creación de un buen maquillaje.

En un desarrollo lógico expondré el maquillaje como comunicación no verbal dentro del marco de la televisión mexicana en la que es una forma de lenguaje, un instrumento que bien -- utilizado de credibilidad y calidad a la imagen visual y es -- también un elemento de ubicación en una historia.

Sé de antemano que es un tema basado en estudios nuevos, -- considero que es importante ya que hasta el momento no se ha -- realizado en nuestro país ningún estudio de este tipo.

En cuanto al maquillaje para televisión, por las investigaciones realizadas, sé que no hay en nuestro país, ninguna publicación seria al respecto, así como por mi experiencia laboral que no existen instituciones de enseñanza adecuadas de maquillaje para televisión.

Esto es otro de los motivos que me llevó a hacer este estudio y espero lograr con él una aportación a todos los profesionales de comunicación para el mejor conocimiento del maquillaje profesional en los medios visuales de comunicación.

CAPITULO I

"COMUNICACION NO VERBAL"

## 1.1 Definición

La comunicación no verbal es un sistema de señales emocionales, que no puede separarse de la comunicación verbal, empleando para ello la mayoría de los sentidos; la vista, el oído, el tacto y el olfato, decodificando todas estas sensaciones por medio de la intuición.

Esto es, cuando los seres humanos se encuentran cara a cara, se comunican a varios niveles simultáneamente, conscientemente o inconscientemente y emplean para esto la mayoría de los sentidos.

## 1.2 Antecedentes

Las investigaciones de varias ciencias dieron origen al estudio de la comunicación no verbal, ésta es una ciencia nueva que se ha formado gracias a experimentos realizados por psicólogos, antropólogos, psiquiatras, sociólogos y etólogos, cada ciencia le ha dado un enfoque y metodología diferentes, complementándose una a la otra.

Su estudio se inicia a principios de este siglo, desde 1914 surge el interés de estudiar las expresiones del rostro, principalmente en los Estados Unidos.

En la década de los cincuentas se empiezan a elaborar de manera sistemática las teorías, estudios e investigaciones so-

bre esta ciencia.

De 1914 a 1940 los antropólogos desarrollaron la teoría de que los movimientos corporales no son fortuitos sino que se aprenden lo mismo que una lengua. Edwar Sapir principal exponente de este estudio escribió: "Respondemos a los gestos con especial viveza y se podría decir que conforme a un código que no está escrito en ninguna parte, que nadie conoce pero que to dos comprendemos". (1)

Desarrollaron también un estudio en que se descubre que existen expresiones culturales del lenguaje corporal. Por ejemplo: un árabe y un inglés o un negro y un blanco norteamericanos no se mueven de la misma manera.

El Dr. Birdwhistell descubre la cinesis que es, el estudio del movimiento del cuerpo humano.

Los etólogos por su parte, dirigen sus estudios a la evolución y comparan la forma de comunicación animal con la humana utilizando mayormente a los primates como parientes más cercanos del ser humano en el reino animal.

La sociología observó y descubrió una especie de reglas de etiqueta subliminal a la que casi todos los seres humanos nos ajustamos.

La psiquiatría desarrolla el estudio cuando empieza a concientizar el hecho de que la forma de moverse de un individuo proporciona indicaciones sobre su carácter, emociones y reacciones hacia la gente que lo rodea, decimos concientiza ya que se sabe que desde Freud los psiquiatras usaban esto como apoyo de información, mas no se estudia profundamente hasta los 50's.

También participan en la investigación de la comunicación no verbal los especialistas en "Esfuerzo-Forma" que es un sistema de registro del movimiento corporal derivado de la notación de la danza y se utiliza para deducir hechos relacionados con el carácter de un hombre no con sus movimientos particulares sino con todo su estilo de moverse.

### 1.3 Areas de estudio

Uno de los principios básicos del estudio de cualquier tipo de comunicación es que no puede ser estudiada por unidades separadas. Así, la comunicación no verbal no debería ser estudiada como una unidad aislada, sino como una parte inseparable del proceso global de comunicación. Sin embargo y debido a -- que su estudio es susceptible de una gran cantidad de interpretaciones y aplicaciones, actualmente se ha dividido en siete-- áreas principales; resultado de los escritos teóricos y las investigaciones que sobre el tema se han realizado y son:

### 1.3.1 Movimiento corporal o Cinésica

Cinesis o Cinésica.- Significa estudio de movimiento del cuerpo humano y comprende el estudio del modo característico de los gestos, movimientos de las manos, la cabeza, los pies y las piernas; las expresiones faciales; la conducta de los ojos y la postura.

El fundador de este estudio fue el antropólogo Ray S. --- Bridwhistell quien inicia sus estudios de comunicación no verbal en sus trabajos de indicadores de sexo y demuestra en éstos que los movimientos corporales masculinos y femeninos no están programados por la biología sino por la cultura y se --- aprenden desde la niñez.

En 1946 Bridwhistell empieza a interesarse en movimientos corporales al descubrir en el oeste de Canadá que entre los -- indios Kutenai cuando hablaban su propio idioma hacían determi-- nadas expresiones faciales que cambiaban radicalmente cuando-- hablaban inglés, concluyendo que "los gestos son sólo actos -- parciales que deben ir acompañados de otros para tener un sig-- nificado". (2)

En 1959 crea un sistema de medición para la cinesis, su-- menor unidad la llama "Kine" y la define como el movimiento -- apenas perceptible. Esta unidad es seguida por los "Kinemas"-- que son movimientos mayores más significativos éstos son porta-- dores de sentido cuando se toman en conjunto y son intercambia

bles; lo que significa que un Kinema puede sustituir a otro -- sin alterar el significado.

Junto con este sistema de medición ideó también un signotaquigráfico para cada "Kine" creando así el sistema clave para la técnica de investigación denominada Microanálisis, que es el registro de todo movimiento -cejas, manos, cambio de postura del cuerpo- en los veinticuatro cuadros por cada segundo de película que se estudia. Por lo que concluimos que sin la cámara de cine o el analizador a cámara lenta no sería posible el estudio de la Cinesis.

Birdwhistell descubrió también que existen minimovimientos de cabeza, ojos, manos y dedos u hombros que son inseparables de las palabras como lo es una puntuación de una frase es crita, a éstos los llamó marcadores.

Este científico resume sobre las formas de comunicación-- del ser humano "El hombre es un ser multisensorial. Algunas-- veces verbaliza".<sup>(3)</sup>

Paralelamente a los estudios de Birdwhistell el psicólogo e investigador Paul Ekman junto con sus colaboradores inicia-- sus estudios de comunicación no verbal en 1953 dedicándose especialmente al rostro.

Descubre que la mayoría de la gente sabe fingir una expre

sión pero que no sabe cómo hacerla surgir súbitamente, cuánto tiempo mantenerla o con qué rapidez hacerla desaparecer. Que los seres humanos somos capaces de controlar nuestro rostro y utilizarlo para transmitir mensajes; reflejamos nuestros caracteres cuando nuestras expresiones habituales dejan huellas o líneas de expresión.

Para Ekman existe una especie de vocabulario facial; las expresiones faciales son un índice fidedigno de ciertas emociones; más de mil expresiones faciales diferentes son anatómicamente posibles y sólo unas pocas poseen un sentido real e inequívoco.

La base de sus investigaciones fue encontrar estas expresiones y por ello desarrolló junto con sus colaboradores el sistema FAST FACIAL AFFECT SCORDING TECHNIQUE (técnica de clasificación del afecto facial), que es un código para las seis emociones básicas respecto de la mayoría de las emociones y son: sorpresa, miedo, cólera, disgusto, felicidad y tristeza. A partir de estas expresiones podemos derivar muchas emociones que sólo se diferencian en su intensidad o que son simples mezclas de estas emociones primarias.

En este sistema se divide el código en tres zonas de la cara:

- La zona cejas / frente.

- La zona ojos /párpados /área del caballete de la nariz.
- Parte baja de la cara - mejillas /nariz / boca / mentón / mandíbula.

Y reconoce para cada parte una aceptable gama de movimientos o posiciones que pueden ser actualizados y comunicar, de un modo relativamente estable la emoción apuntada. Para cada emoción particular hay una zona concreta de la cara que es la que produce la mayor información acerca de dicha emoción.

La cuestión de las expresiones universales ha preocupado a los investigadores del rostro y actualmente existe una polémica entre Birdwhistell y Ekman ya que el primero niega la existencia de las expresiones y afirma que anatómicamente existen expresiones similares en todos los hombres pero cada cultura les da un significado.

Ekman afirma: "En todas las culturas existen reglas demostrativas que definen cuáles son las expresiones apropiadas a cada situación y cada cultura cuenta con sus propias reglas y su estilo facial propio. Sin embargo está comprobada la existencia de expresiones universales".<sup>(4)</sup> La polémica radica en el significado; para Ekman existen, para Birdwhistell no.

En 1966 los psicólogos Ernest Haggard y Keneth Isaacs descubrieron las expresiones faciales micromomentáneas, al estar analizando películas de sus pacientes descubrieron que de manera

fugaz tenían expresiones que cambiaban dramáticamente, y que--  
ocurrían dichos cambios cuando el paciente estaba en conflicto.

Así las llamaron micromomentáneas o micros y las definie--  
ron como expresiones que no constituyen por sí mensajes, cons--  
cientes o inconscientes sino que son filtraciones de sentimien--  
tos verdaderos. Son una válvula de escape que permite a una--  
persona expresar sus impulsos o sus sentimientos inaceptables.

\* Se sabe que desde 1980 numerosos experimentos sobre per--  
cepción subliminal, han demostrado que con frecuencia vemos --  
más de los que creemos ver, esto significa que tales micros son  
percibidas por nosotros y el límite entre lo visible y lo su--  
bliminal varía de una persona a otra.

Ekman dice que el ser humano es educado por sus padres pa--  
ra no ver conscientemente esos micros ya que son demasiado re--  
veladores; siendo una enseñanza a nivel subconsciente.

En general podemos decir que el rostro es rico en poten--  
cialidad comunicativa; que ocupa el lugar primordial en la co--  
municación de los estados emocionales, refleja actitudes inter--  
personales y proporciona retroalimentaciones no verbales.

Frecuentemente tenemos muy en cuenta señales faciales cuan--  
do realizamos juicios interpersonales. Esta actitud proviene--  
de la primera infancia, etapa en la cual prestamos atención a

la cara que se asoma a la cuna y atiende nuestras necesidades.

El rostro puede aportar datos significativos sobre la personalidad del individuo y otras informaciones además de la relativa al estado emocional.

Hay rostros humanos de muchas formas y medidas. Consideramos la cara como fuente primaria de información acerca de -- otras personas; nuestras percepciones de los demás son generalizaciones a partir de las características del rostro.

La cara también se utiliza para facilitar e inhibir nuestras respuestas en la interacción diaria. Las partes que componen el rostro se usan para: - 1) Abrir y cerrar los canales de comunicación; - 2) Completar y calificar respuestas verbales y no verbales y; - 3) Reemplazar el habla. A estos últimos pertenecen lo que Ekman y Friesen han identificado como emblemas faciales, que tienen una traducción uniforme y se dan en contextos en los que no se produce una emoción real.

Las reglas de expresión se aprenden pero no siempre es -- consciente su utilización cuando las ponemos en práctica. --- Aprendemos que hay reglas culturalmente preescritas y a veces desarrollamos reglas de expresión personales basadas en nuestras necesidades. También aprendemos que ciertas manifestaciones de afectos son adecuadas en determinados lugares e inadecuados en otros, para determinados estatus y roles y no para -

otros, para un sexo y no para el contrario.

Con las expresiones faciales no siempre representamos estados emocionales simples o puros, el rostro es portador de -- múltiples emociones, que se denominan mezclas de afectos y pueden aparecer en formas distintas: - 1) En una zona facial puede mostrarse una diferente emoción que en otra; - 2) Dos emociones distintas se muestran en una misma parte del rostro; -- - 3) Una manifestación facial es producida por una acción muscular asociada a dos emociones pero no contiene elementos específicos de ninguna.

Ciertas investigaciones sugieren que la identificación de las expresiones faciales de emoción pueden ayudarnos a predecir conductas ulteriores de las personas que muestran el afecto y de las que responden a él. Ejemplo: Se predecirá una --- agresión más inmediata en niños que ven programas de televi--- sión violentos mostrando afectos placenteros que aquéllos que al verlos no los muestran.

Otra parte del estudio cinético es el estilo gestual y la postura.

El estilo gestual es definido por F. Davis como "la forma en que los seres humanos se expresan no verbalmente y de manera involuntaria con el movimiento de sus manos". (5)

Se empezó a investigar a principios de la década de los cuarentas por David Efron quien únicamente publica un libro en el año de 1941, dejando por completo la investigación.

Hasta los años cincuentas Ekman retoma el punto de partida de Efron quien había descubierto que realmente existen notables diferencias en el estilo de los gestos y que éstas no se heredan racialmente. Que de la misma manera que cada cultura posee su propio estilo de movimientos característicos, posee su repertorio de emblemas. Definió los emblemas como movimientos corporales que poseen un significado preestablecido.

Ekman al retornar en las investigaciones y paralelo a su búsqueda de expresiones faciales universales se dedica a buscar emblemas universales; hasta ahora ha encontrado entre 10 y 20 emblemas cuyo significado es universal a toda la humanidad. El investigador piensa que este tipo de emblema se da debido a la anatomía humana y sus limitaciones, afirma que cuando la musculatura permite realizar una acción en más de una forma, existen diferencias culturales en el emblema correspondiente.

Se sabe que se pueden lograr setecientos mil signos diferentes usando combinaciones de movimientos de brazo, muñeca y dedos.

Edward A. Adams, profesor e investigador de la universidad de Pensilvania E.E.U.U., ha observado que "los movimientos

de las manos también son económicos, rápidos de emplear y pueden ejecutarse con mayor velocidad que el lenguaje hablado".(6)

Algunos científicos sugieren que el primitivo lenguaje -- del hombre era por señas.

El ademán transmite muchas cosas, sirve de clave de la -- tensión a un individuo, puede indicar su origen étnico y es -- una expresión directa de su estilo personal.

Ekman y sus colaboradores en un esfuerzo por orientar la -- comunicación no verbal desarrollaron un sistema de clasifica-- ción de los comportamientos no verbales.

Las categorías que incluye son las siguientes:

A) Emblema.- Dentro de esta clasificación se les define-- como actos no verbales que tienen una traducción no verbal es-- pecífica conocida por la mayoría de los miembros de un grupo-- de comunicación. Para Ekman los emblemas faciales difieren de las demás expresiones faciales en que son más convencionales.- Considera también que los emblemas en general se utilizan cuan-- do los canales verbales están bloqueados y su uso es la comuni-- cación.

B) Ilustradores.- Son actos no verbales que están íntima-- mente ligados al discurso hablado; son pautas de movimiento --

que se producen simultáneamente a ciertas pautas del habla;---  
es la sincronía habla-movimiento corporal.

La conducta del habla y la del movimiento están profundamente ligadas, son constitutivas de un mismo sistema; a menudo la cabeza y los ojos marcan "enunciaciones" dichas, un cambio en la postura puede anunciar un nuevo tema o una diferencia de opinión.

Entre dos interactuantes existe siempre la sincronía análoga que puede ser imitativa de la conducta de otra persona.--  
A esta sincronía se le conoce como interaccional.

Esto es, cada vez que una persona habla, los movimientos de sus manos y cabeceos, parpadeos, todos los movimientos del cuerpo coinciden con un compás y ese ritmo se altera, cuando--  
hay enfermedades y trastornos cerebrales. Así los esquizofrénicos, autistas, epilépticos y tartamudos, entre otros, están fuera de sincronía consigo mismos; a esto se le llama conducta asincrónica.

Cuando una persona habla lleva un ritmo y el que escucha se mueve al compás del relato del primero.

El estudio de la sincronía interaccional se hace por medio de películas a velocidades sumamente lentas.

Los estudiosos de este fenómeno aseguran que se produce la sincronía interaccional constantemente cuando se conversa; vinculándose las personas que lo hacen en un ritmo compartido y que hasta en intervalos de silencio se mueven simultáneamente porque en apariencia reaccionan ante claves visuales en ausencia de las verbales.

La sincronía interaccional no sólo es una forma de demostrar armonía sino una manera de incluir o excluir a otras personas en una conversación.

Con este tipo de comunicación no verbal no existe separación real en el lenguaje y la cinesis.

Se cree que la sincronía puede ser incluso precursora del aprendizaje del lenguaje. "Condon y Sander encontraron en sus investigaciones bebés de doce horas de nacidos cuyos movimientos de cabeza, manos, codos, caderas y piernas tendían a corresponderse con el ritmo del habla humana".<sup>(7)</sup>

La sincronía interaccional no es más que el resultado de los ritmos biológicos o la combinación de los mismos. Dichos ritmos biológicos existen en cada uno de los escalones de la evolución desde la amiba hasta el ser humano y para cada individuo estos ritmos son regulares y característicos". Cada persona tiene un ritmo básico particular".<sup>(8)</sup>

La mayoría de las personas varían sus ritmos dentro de -- una cierta escala y tienen una serie completa de subritmos.

C) Muestras de Afecto.- Son configuraciones faciales que expresan estados afectivos. Las muestras de afecto pueden repetir, aumentar, contradecir o no guardar relación con las --- muestras afectivas verbales.

Comúnmente las expresiones de afecto no intentan comunicar, pero pueden en ocasiones ser intencionales.

D) Reguladores.- Son los actos no verbales que mantienen y regulan de cabo a rabo la naturaleza del hablar y el escu--- char entre dos o más sujetos interactuantes.

Indican al hablante que continúe, repita, se extienda en - detalles, se apresure, haga más ameno su discurso, conceda al interlocutor su turno de hablar, etc.

Los reguladores parecen hallarse en la periferia de nuestra conciencia y son, en general, difíciles de inhibir. Son-- como hábitos arraigados y casi involuntarios, pero se trata de señales de las que somos muy conscientes cuando las producen-- otras personas.

Desempeñan también un papel muy importante en el inicio y fin de las conversaciones. Así se dará el turno en las conver

saciones, esto es, que entre el inicio y la terminación de una conversación es necesario intercambiar roles de oyente y hablante. Para esto utilizamos movimientos del cuerpo, vocalizaciones y conductas verbales que desempeñan con sorprendente eficacia esta alternancia.

Esto es en realidad una extensión de las funciones de la sincronía interaccional.

Los hablantes practican dos conductas de alternancia de turnos y son:

- La primera, sesión de turno; que es entregar el turno y esperar a que otra persona comience a hablar.

- La segunda, mantenimiento de turno; cuando el hablante no quiere ceder el turno, aparecerán conductas tales como el incremento del volumen de la voz; gestos equivalentes a pausas rellenas mientras que las pausas silenciosas se acortan.

Los oyentes inician dos tipos de conductas de alternancia de turnos y son:

- La primera es la solución de turno que sucede cuando no se tiene el uso de la palabra pero se quiere hablar; se ponen de manifiesto diferentes conductas: Un índice levantado; el me ro acto de hablar simultáneamente, más alto que el interlocu-

tor; gesticular y apartar la vista del hablante como si ya se dispusiese del turno.

La segunda, renuncia al turno; que es cuando el oyente no quiere hablar más; cede su turno manteniendo su posición relajada, guarda silencio o mira intencionalmente algo en el entorno.

E) Adaptadores.- Se les denomina así porque se piensa que se desarrollan en la niñez como esfuerzo de adaptación para satisfacer necesidades, cumplir acciones, dominar emociones, desarrollar contactos sociales o cumplir una gran cantidad de -- otras funciones.

Se les define como adaptaciones conductuales que ejecutamos respondiendo a ciertas situaciones de aprendizaje.

Ekman y Friesen han identificado tres tipos de adaptadores<sup>(9)</sup>: los autodirigidos o autoadaptadores que se refieren a la manipulación del propio cuerpo como tocarse, frotarse, rasarse o pellizcarse a sí mismo. Aumentan cuando crece la incomodidad psicológica de una persona y se asocian también con -- sentimientos de culpa. Los adaptadores dirigidos a objetos -- que implican la manipulación de los mismos, y pueden derivar del cumplimiento de alguna tarea instrumental como fumar, escribir, etc. Estas conductas suelen aprenderse tardíamente en la vida.

Y los adaptadores heterodirigidos que se aprenden junto con las primeras experiencias de relaciones interpersonales,-- esto es, dar a otro y tomar de otro, atacar y proteger, establecer proximidad o alejamiento y acciones por el estilo.

En general los adaptadores no tienen la finalidad de ser usados en la comunicación pero pueden verse arrastrados por la conducta verbal, en determinadas situaciones que guardan relación con las condiciones presentes en el momento en que el hábito de adaptación fue aprendido.

Ejemplos: Un autoadaptador será escarbarse la nariz, un-- dirigido a un objeto será morder una pluma o un lápiz al estar pensando, y un heteroadaptador puede ser el saludo con una pal\_ mada a un amigo como reminiscencia de las prácticas infantiles-- de lucha entre los varones.

La comunicación de actitudes, estatus y engaño a través-- de gestos, posturas y otros movimientos corporales:

La postura, otro elemento de la cinesis considerado la -- clave no verbal más fácil de descubrir. Albert Scheflen descubrió que las personas imitan las actitudes corporales de los-- demás y denomina a este fenómeno: "posturas congruentes".<sup>(10)</sup>

Cree el investigador que cuando dos personas comparten un punto de vista suelen compartir una misma postura, esto claro,

en el momento de estar juntos. También las personas que tienen más o menos el mismo estatus comparten una postura similar. De la misma manera que las posturas congruentes expresan acuerdo las no congruentes; se utilizan para establecer distancias. Sirven también, para establecer límites.

Los cambios de postura son paralelos al lenguaje hablado de igual manera que los ademanes. Sin embargo es importante hacer notar que cada individuo tiene una forma característica de controlar su cuerpo cuando está sentado, de pie, o caminando, frecuentemente, parece ser una clave fidedigna de su carácter.

También es la clave para manifestar el estado de ánimo, problemas psicológicos, etc. Es una expresión de la actitud.

Los especialistas en cinesis comenzaron a examinar las posturas dentro de un contexto amplio y nuevo, estudiando películas filmadas en lugares públicos. Hasta la fecha sus descubrimientos indican que las personas que se mantienen fuera de la acción, situadas en la periferia de un grupo o mirando a distancia, colocan sus cuerpos de manera levemente distinta a las que están dentro del grupo.

La orientación del cuerpo también muestra el grado de atención de un ser humano hacia otro.

El repertorio de posturas de una cultura da forma a sus--muebles que se amoldarán a esas posturas.

A través de gestos, posturas y otros movimientos corporales se dan los siguientes efectos o finalidades comunicativas: 1) Actitudes de gusto/disgusto, 2) Estatus/poder y; 3) Engaño.

En esta clasificación debemos mencionar que la mayoría de los movimientos corporales a los que se refiere la comunicac---ción no verbal son aprendidos y varían de una cultura a otra.

1) Las actitudes de gusto/disgusto, se relacionan con movimientos y actitudes corporales. El gusto se distingue del--disgusto en que las inclinaciones son más pronunciadas hacia--adelante, la proximidad es mayor, la mirada más intensa, los--brazos y cuerpo más abiertos, la orientación del cuerpo es más directa, hay una conducta más fácil, más relajación en la postura y expresiones faciales y vocales más positivas.

Schefflen<sup>(11)</sup> desarrolló un conjunto de clasificaciones de conductas que conforman la disposición para el galanteo y que son parte de las actitudes del gusto/disgusto y son:

Conducta de acicalamiento; acciones tales como acariciarse el cabello, arreglarse el maquillaje, mirarse al espejo, re tocar la ropa, acomodarse la corbata, etc.

Señales posicionales; consisten básicamente en acomodarse de tal forma que no dan cabida a nadie más. Los brazos, piernas y dorso se disponen de manera tal que impiden la entrada-- en la conversación a otros.

Acciones de llamamiento o invitación; incluyen mirada conquistadora, sostener la mirada, menear las caderas, exhibir la muñeca, etc.

Esta clasificación se hizo en base a la cultura norteamericana por lo que tendrá variaciones en otras culturas.

2) El estatus/poder en la comunicación cinésica se da en todos sus elementos: así las personas de elevado estatus toman posturas más relajadas, su mirada es menos fija, tienen mayor-- volumen de voz, usan más frecuentemente la posición de brazos-- en jarra, movimiento y postura más expansivos, ornamentan su ropa con símbolos de poder; todas estas características en comparación con la conducta de personas de estatus inferior.

3) Engaño.- Las investigaciones académicas han encontrado una variedad de conductas asociadas a mentirosos comparándolas con comunicantes veraces. Entre éstas están las siguientes: -- Adoptan un tono de voz más agudo, mantienen menos la mirada, -- usan adaptadores más prolongados, menos ilustradores, más emblemas del estilo de mover las manos, menos cabeceadas, más lapsos verbales, un ritmo más lento al hablar, etc.

Las señales de filtración y fraude provienen de los micros y a la actitud de engaño se le llama impostura.

#### Comportamiento ocular y pupilometría:

El comportamiento ocular es la forma más sutil del lenguaje corporal, los movimientos de los ojos determinan qué es lo que ve una persona y regulan una conversación. Durante el intercambio de palabras los movimientos de los ojos proporcionan un sistema de señales de tráfico que indican al interlocutor su turno al hablar.

"La importancia del comportamiento ocular como señal de tráfico de la conversación se demuestra claramente cuando ambos interlocutores usan gafas oscuras; se notan muchas más interrupciones, y pausas prolongadas de las que debería haber normalmente". (12)

Las señales visuales cambian de significado de acuerdo al contexto. Parece ser que el comportamiento ocular no se reduce a compartir y usar el mismo código.

Los movimientos oculares de cada individuo están influidos por su personalidad, por la situación en que se encuentra, por sus actitudes hacia las personas que lo acompañan y por la importancia que tiene dentro del grupo en que conversa.

La mayoría de estos descubrimientos se deben al investigado

dor Ralph Exline, psicólogo, quien ha concluido que "...los--- movimientos oculares pueden transmitir actitudes y sentimientos, también expresan la personalidad". (13)

Entre los hombres como entre los animales la manera de mi rar refleja frecuentemente el estatus. En general el animal do minante disfruta de mayor espacio visual.

Junto con estos estudios surge en 1965 la pupilometría,-- en Chicago el psicólogo Eckhard Hess<sup>(14)</sup> descubrió que la gente parece responder también a nivel subliminal a los cambios que-- se producen dentro del ojo, a variaciones del tamaño de la pupila. Que no sólo se ve afectado por la visión sino también por-- el gusto y el sonido.

Así por ejemplo, en la edad media las mujeres empleaban-- belladona para dilatar sus pupilas y parecer más bellas.

"En la mayoría de las situaciones, la intuición suma pe-- queños mensajes no verbales que permitan obtener una conclusión o por lo menos una idea. Pero hecho esto es probable que el -- clemento del que se ha sido más consciente, después de la expre sión facial, sea el comportamiento ocular". (15)

Así asociamos diversos movimientos de los ojos con una am plia gama de expresiones humanas. Nuestra sociedad occidental-- ha establecido una serie de normas relacionadas con la mirada.--

Por ejemplo, no miramos insistentemente a extraños en lugares--  
públicos.

### 1.3.2 Características físicas

Los especialistas en la comunicación no verbal han pro---  
puesto que algunas veces el cuerpo comunica por sí mismo no só-  
lo por sus posturas sino por la forma y distribución de los ras-  
gos faciales.

Birdwhistell cree que "el aspecto físico está a menudo --  
culturalmente programado". (16)

El ser humano adquiere su aspecto físico y no nace defini-  
tivamente con él, ya que por su gran capacidad de imitación y--  
su sensibilidad a las señales corporales de sus semejantes, de-  
niño, el ser humano va determinando su postura y con ella la --  
forma de su cuerpo; la posición de sus cejas, la altura de su-  
barbilla, etc.

Los rostros que adquiere el ser humano, la manera como --  
lleva su cuerpo, tienen además de un sello propio, uno cultural.  
El aspecto de los seres humanos irradia un mensaje dictado por-  
una sociedad.

Además de la proposición antes mencionada sabemos que la-  
belleza exterior o atractivo físico, desempeña un papel muy im-

portante en la determinación de las respuestas en una amplia gama de encuentros personales.

El atractivo físico constituye un factor de influencia en la percepción de la credibilidad inicial, por lo tanto, un factor de influencia en la posibilidad de persuadir a otras personas.

Los datos de la cultura occidental apoyan la idea de que al conocer a una persona respondemos mucho más favorablemente si consideramos su aspecto físico atractivo a que si lo percibimos como menos atractiva o fea. Así, las personas que consideramos atractivas aventajan a las que no, en una amplia gama de evaluaciones socialmente deseables como: éxito, personalidad, popularidad, sociabilidad y, a menudo, felicidad.

Porque los especialistas en el tema han descubierto que el atractivo físico parece desempeñar un papel importante en la persuasión y/o manipulación de los demás y ejerce una gran influencia en las primeras impresiones y expectativas de un encuentro. Sin embargo en la mayoría de las situaciones de comunicación el atractivo físico, tendrá que interactuar con otros factores que puedan compensar o alterar las percepciones de la apariencia. Por ejemplo, el contenido de los mensajes verbales o las demás señales no verbales.

Además de la importancia del atractivo físico general en

la influencia que se ejerce en las respuestas de otros, existe cierta información acerca de respuestas estereotipadas producidas por la configuración del cuerpo, el color de la piel, el color y el cabello.

#### 1.3.2.1 La configuración del cuerpo

Un estereotipo puede ser más exacto de lo que nos gustaría admitir. La experiencia enseña que asociamos ciertos rasgos de personalidad y temperamento con determinadas configuraciones corporales.

Estos estereotipos son estímulos potenciales de respuestas de comunicación e influyen en las relaciones interpersonales; entre ellas está la estatura, así por ejemplo, los hombres ideales desde el punto de vista romántico son altos.

Otro ejemplo nos lo daría una investigación realizada por la Universidad de Pittsburgh<sup>(17)</sup> que mostró que los hombres más bajos suelen verse postergados en oportunidades de empleo y salarios.

Sin embargo se sabe que hay cierta distorsión en la percepción de la altura, pues cuanto más alto es el estatus que se le confiere a una persona, tanto mayor estatura se le calcula.

Otra dimensión importante de la comunicación interperso-

nal es nuestra percepción de la imagen de nosotros mismos. --- Knapp la define como "el sistema básico a partir del cual se desarrolla y florece toda nuestra conducta de comunicación manifiesta". (18) Esto no es más que una extensión de las experiencias acumuladas que han acabado por construir la comprensión de nosotros mismos.

Lo que somos o creemos ser, organiza lo que decimos y hacemos. Una parte importante de nuestra imagen total será nuestra imagen corporal y ésta, se nos da a medida que nos desarrollamos, pues vamos aprendiendo el ideal cultural de nuestra sociedad con respecto a la apariencia que el cuerpo debe tener, -- por lo que el grado de satisfacción de nuestro propio cuerpo va viará de acuerdo a esas pautas.

El color de la piel ha sido el estímulo corporal más poderoso en la determinación de respuestas interpersonales en la -- cultura occidental.

Así vemos que en algunos países las personas de color negro están en desventaja inmediata en la comunicación con personas con prejuicios raciales. También una gran cantidad de juicios se basan en el color de la piel, por ejemplo, existen expresiones tales como "es tan blanca como la leche", para referirse a alguien sumamente blanco de piel.

Algunas personas consideran a la gente de piel muy blanca

como enfermas, y a la de piel tostada como sana.

El olor influye también en las respuestas comunicativas, sin embargo, el estudio científico del sistema olfativo está en sus inicios, pero se sabe que otros animales obtienen una información enorme a partir del olfato. Por ejemplo, la presencia de un enemigo, marcas territoriales, la localización de los miembros de la misma especie o manada, la estimulación sexual y los estados emocionales.

El Dr. H. Wiener asegura que los hombres perciben más olores que aquéllos que tienen conciencia de percibir; es decir -- que existe un sentido olfativo subconsciente. Este científico llama a los olores "mensajeros químicos externos" (M.Q.E.) éstos incluyen aminoácidos y hormonas esteroides sustancias en las que habitualmente no detectamos su aroma, al menos en las pequeñas cantidades segregadas por el cuerpo humano. (19)

Sin embargo son segregadas, y pueden transmitirse por el aire y penetrar en el cuerpo de otras personas a través de la nariz llevando ciertos mensajes.

La mayoría de los animales emiten olores que atraen sexualmente a sus parejas y es casi seguro que dicho fenómeno se produce también en los humanos.

La teoría de Wiener está aún en fase de experimentación y

el científico asegura que los (M.Q.E.) son sólo un canal de comunicación por lo general menor que la vista y el oído.

En general sí está comprobado que los olores pueden ser--consciente o inconscientemente procesados, y el mensaje que se recibe puede ser muy fuerte.

La cultura moderna occidental ha hecho que la gente se --sienta avergonzada del olor del cuerpo, cerrando, probablemente con olores artificiales, un canal de comunicación.

Otro elemento importante en la comunicación no verbal y--dentro de las características físicas es el cabello, que a lo--largo de la historia y en las diferentes culturas "ha sido en--sí mismo, un elemento que despierta sentimientos de aprecio o--de repugnancia". (20)

En general podemos decir que hay una gran potencialidad--comunicativa en nuestras características físicas; que nuestras--reacciones a la configuración corporal y el color de la piel,--el olor y el cabello del cuerpo parecen ser los principales fac--tores implicados junto con la ropa y otros artefactos como cos--méticos, lentillas, joyas, etc.

### 1.3.3 Comportamientos táctiles

El tacto no ha sido estudiado tan exhaustivamente como --

otros canales de comunicación. Se sabe que es el más primitivo de los sentidos, el punto crucial en la mayoría de las relaciones humanas. Dentro de la comunicación, desempeña un papel de entusiasmo, de represión, de ternura, es manifestación de apoyo afectivo y tiene muchas otras significaciones.

La sensibilidad táctil es el primer proceso sensorial que entra en funcionamiento, la primera impresión en un niño de lo que será la vida, proviene de las sensaciones táctiles, ya que cuando el ser humano empieza a moverse por su propia cuenta, de recién nacido, el tacto es su primera guía y poco a poco va conectando la experiencia visual con la táctil. Por lo que el aprendizaje del ser humano empieza a través del tacto.

Cuando las palabras reemplazan el contacto táctil una íntima proximidad es remplazada por distancia.

La satisfacción táctil durante la infancia y la niñez tiene una importancia fundamental en el posterior desarrollo del comportamiento del ser humano, sobre todo en lo que se refiere a comunicación.

Así el volumen y calidad del contacto en el adulto varía considerablemente con la edad, sexo, situación, relación de las partes implicadas.

El contacto también se encuentra regulado por la cultura.

Es evidente que ciertas culturas estimulan más que otras a los diversos tipos de contactos táctiles.

En las culturas de contactos hay diferencias basadas en los antecedentes genéticos, el estatus social y las condiciones de vida. Por ejemplo, una persona de estatus elevado deberá de iniciar el contacto con la de menor estatus.

En resumen podemos decir que las primeras informaciones acerca de nosotros mismos, los demás y el medio en que vivimos nos llegan a través del tacto. Y los significados que asignamos al contacto táctil varían con la parte del cuerpo tocada, el tiempo que dura el contacto, la fuerza aplicada, el modo de tocar y la frecuencia del toque. También esta acción puede tener significados diferentes en distintos medios y con comunicantes de variadas edades o sexos y en diversos momentos.

#### 1.3.4 Paralenguaje

Se refiere a cómo se dice algo y no a qué se dice; tiene que ver con el espectro de señales vocales no verbales establecidas alrededor del comportamiento común del habla.

Las señales vocales a menudo tienen un papel muy importante en la determinación de las respuestas en situaciones de comunicación humana. Así, estas señales vocales son lo que se dice una actitud, una emoción, una coordinación y administración de-

la conversación o también la forma de representar algún aspecto de la personalidad y el marco de referencia cultural.

Las señales vocales serán portadoras, según la situación y los comunicantes de un importante volumen de información en ciertos tipos de mensajes o de una información escasa en otros.

Se pueden realizar juicios muy acertados de emociones y sentimientos a partir de mensajes vocales sin palabras, aun cuando cualquier individuo puede expresar vocalmente la misma emoción de diferente manera en días, situaciones y estímulos distintos.

Las conductas vocales moderadamente pobres no interfieren en la comprensión del mensaje del oyente. Pero la que no tiene cambios la que es constante podrá ser menos útil para conseguir la comprensión de un auditorio.

La voz puede ser un elemento importante en ciertos aspectos de la persuasión, una mejor entonación, velocidad, volumen y menos interrupciones en un discurso, dará una persuasión más positiva.

Las señales vocales sirven también para dar y tomar los turnos en una conversación. En la sesión, solicitud o conservación de tal turno y en la renuncia al mismo, podemos utilizar señales vocales, para aclarar nuestras intenciones.

Las vacilaciones o pausas también son importantes en el habla espontánea. Estas pausas pueden verse influidas por otros interactuantes, el tema que se discute y la naturaleza de la situación social pueden también constituir una clara manifestación del tiempo utilizado para tomar decisiones acerca de lo que se ha de decir y de cómo decirlo, o bien pueden representar desorganizaciones en el proceso productivo.

Así podemos decir que las meras señales vocales pueden proporcionar por sí mismas gran información del hablante, así como ponen de manifiesto nuestra reacción a otro individuo, está por lo menos ligeramente afectada por nuestras respuestas a sus posibles señales vocales.

### 1.3.5 Proxémica

Su creador como campo de investigación fue Edward Hall -- profesor de antropología de la Universidad de Northwestern y la define como: "El estudio de cómo el hombre estructura inconscientemente el microespacio". (21)

- El uso que hacemos del espacio (el propio o el de otros), puede afectar dramáticamente nuestra capacidad de conseguir ciertas metas deseadas de comunicación.

El microespacio puede explicarse también como la cantidad de espacio que el hombre siente que debe haber entre él y los--

demás seres humanos. Se le conoce también como concepto de territorialidad que se define como "la conducta cuya característica es un tipo de identificación con un área determinada que incluye la propiedad y la defensa de ese territorio ante quienes -- pueden invadirlo". (22)

Los animales también reaccionan al espacio y en forma predecible para cada especie. La burbuja de espacio personal de un ser humano representa el mismo margen de seguridad que para un animal; al irrumpir un extracto en esa burbuja, inmediatamente surgirá la necesidad de huir o de atacar.

No todas las intrusiones territoriales son iguales, se reconocen tres tipos:

-1) Violación; que implica el uso irrespetuoso del territorio ajeno, lo que puede hacerse con la vista o con el cuerpo.

-2) Invasión; es de naturaleza abarcadora y permanente. Se trata de apoderarse del territorio ajeno.

-3) Contaminación; que puede tener lugar cuando profanamos el territorio ajeno no con nuestra presencia sino con lo que dejamos detrás de nosotros.

Los métodos de defensa del territorio son:

- Prevención, que es un medio de marcar el territorio a fin de que los demás lo reconozcan como ya ocupado y se dirijan a otro sitio.

- Reacción, que puede ser positiva o negativa; cuando es negativa se establecerán barreras de invasión cubriéndose partes del cuerpo, frotándose el cuello, etc.

El espacio también puede proporcionar un signo de status, de dominio y varía la distancia entre una cultura y otra; entre un tipo de relación y otra.

Existe una distancia conversacional, cada persona busca una en donde se siente cómoda y variará en función de la edad, sexo, como mencionamos en el párrafo anterior del marco de referencia cultural y étnico, del ambiente, las actitudes, las emociones, los temas, las características físicas, la personalidad y nuestra relación con la otra persona.

Así, el espacio comunica; cada individuo define una posición dentro de un grupo por la distancia y lugar que ocupa en ese grupo indicará cuánto está dispuesto a intimar.

#### 1.3.6 Entorno

La cantidad de lugares en los que nos comunicamos con los demás es ilimitada. Así recibimos la influencia de nuestro me-

dio y al mismo tiempo lo influimos.

Knapp propone la siguiente clasificación de percepciones del entorno:

- Percepciones de formalidad: "Una dimensión familiar que sirve como criterio para clasificar el entorno, es un continuum formal/informal". (23)

A mayor formalidad mayores probabilidades de que el comportamiento de comunicación sea más estirado y superficial, vacilante y estereotipado.

- Percepciones cálidas: Cuando el entorno nos hace sentir calor psicológico nos estimula a permanecer en él, nos hace sentir relajados y cómodos.

- Percepciones de privacidad: Los entornos cerrados sugieren en general mayor privacidad particularmente si tienen capacidad para pocas personas.

o - Percepciones de familiaridad: Somos cautos, medidos y convencionales en nuestras respuestas en medios que no nos son familiares, cargados de rituales y normas que aún no conocemos.

- Percepciones de compulsión: Parte de nuestra reacción total a un medio, se basa en nuestra percepción de la posibilidad

dad que tenemos de dejarlo.

La intensidad de estas percepciones de compulsión están estrechamente relacionadas con el espacio disponible y la privacidad de éste durante el tiempo que permanezcamos en un medio determinado.

- Percepciones de distancia: Nuestras respuestas en el seno de un medio dado estarán influidas por el hecho de que la persona con la que hemos de comunicarnos esté cerca o lejos. Puede tratarse de distancia física real o de una distancia psicológica.

En general podemos decir que la comunicación más íntima se asocia con medios informales, no restringidos, privados, cerrados y cálidos.

La percepción del entorno se ve influida directamente por el medio, que se estudia en tres partes:

- La primera es el medio natural que consta de la geografía, emplazamiento y condiciones atmosféricas, todo esto conforma una situación adecuada o no para que se dé una buena comunicación. Así se sabe por ejemplo que la temperatura y la humedad ambiental tienen una estrecha relación con las reacciones interpersonales.

- La segunda sería la presencia o ausencia de otras personas en el medio. Se sabe que a mayor densidad de personas en un medio, el "estress" será mayor en las relaciones interpersonales.

- Por último, el medio se constituye también por los rasgos arquitectónicos, el diseño y hasta por los objetos móviles. El medio es incluso una forma más de comunicar mensajes muy definidos relativos a personas que habitan ese medio.

El color en combinación con otros factores, influye realmente en el carácter y en el comportamiento de los seres humanos.

Esto se utiliza en muchas actividades por ejemplo en los diseños de empaques, en los jardines de niños, etc.

Las tonalidades más placenteras son azul, verde, violeta, rojo y amarillo, en este orden.

Sobre este tema desarrollaremos una serie de características pero ya relacionadas directamente a nuestro tema del maquillaje. Sin embargo es importante hacer notar que por sí mismo es un elemento más de comunicación no verbal en el caso del entorno ya que dependiendo del color de lo que nos rodea nos comunicamos mejor con otras personas. También por los colores que elegimos en nuestras casas, muebles y objetos personales envia-

mos ciertos mensajes.

Otro elemento que influye en la percepción del entorno es el sonido. Los tipos del mismo y su intensidad afectan el comportamiento interpersonal.

Cuanto más placentera es una pieza musical es más probable que se produzcan conductas de aproximación antes que de evitación.

La iluminación contribuye a estructurar nuestras percepciones de un medio y éstas a su vez pueden influir en el tipo de mensajes que se emiten.

También la disposición de ciertos objetos de nuestro medio pueden contribuir a la estructura de comunicación que tiene lugar en ese medio. Así, la disposición del mobiliario y adornos puede facilitar o dificultar la comunicación.

El diseño y estructura de un lugar por consiguiente influirá en el tipo de comunicación llegando a proporcionar elementos de estatus / poder en determinados casos.

En general podemos decir que "El medio en el que la gente se comunica contribuye a menudo a determinar el resultado de conjunto de sus encuentros".(24)

### 1.3.7 Artefactos

Se refiere a la manipulación de objetos con personas interactuantes que pueden ser como estímulos no verbales.

Los artefactos comprenden: El perfume, la ropa, el lápizlabial, las gafas, las pelucas y otros objetos para el cabello, pestañas postizas, en general todos los productos de belleza y el maquillaje.

Nuestra percepción de los demás está influida en parte -- por la vestimenta, en parte por otros factores. Para compren-- der la relación entre vestimenta y comunicación deberíamos de-- familiarizarnos con diversas funciones que los artefactos pue-- den cumplir: decoración, protección (tanto física como psicoló-- gica), atracción sexual, afirmación, negación, ocultamiento, -- identificación grupal y exhibición de estatus o rol.

Algunos de los eventuales atributos personales que la ro-- pa puede comunicar son: edad, sexo, nacionalidad, la relación-- con el otro sexo, el estatus socio-económico, la identificación con un grupo específico, el estatus profesional u oficial, el-- humor, la personalidad, las actitudes, los intereses y los valo-- res.

También forma parte de la imagen que tenemos de nosotros-- mismos, antes ya analizada, y de los efectos de esta conducta-- comunicativa. En este aspecto la vestimenta contribuye a satis

facier una imagen personal de un yo ideal.

A parte de la vestimenta, toda persona se adorna con la--  
calidad de objetos y cosméticos, tales como las insignias, ta--  
tuajes, máscaras, joyas, etc. A todo esto los especialistas en  
comunicación no verbal lo han llamado artefactos. Ellos son es  
tímulos comunicativos potenciales.

Los cosméticos y otros artefactos interactúan con otras--  
vestimentas, rasgos faciales, verbales y corporales y pueden --  
convertirse en la fuente principal de información comunicada --  
acerca de una persona particular.

#### 1.4 Etología

##### 1.4.1 Definición

La etología es el campo de la Biología que se interesa es  
pecialmente por el comportamiento que permite al animal adaptar  
se al medio incluyendo el entorno social constituido por otros-  
miembros de la especie.

##### 1.4.2 Desarrollo de la Etología en la comunicación no verbal

Los etólogos han empezado a estudiar, analizar y comparar  
los sistemas de comunicación de los hombres y de los animales.-  
Su interés es descubrir las pautas universales de comportamien-

to en el género humano; proponen que "...algunas de las expresiones faciales pueden estar precodificadas en los genes que determinan la estructura del cerebro y en consecuencia determinan un eventual comportamiento". (25)

Cuando una conducta universal en el hombre se encuentra en los primates inferiores es evidente la naturaleza hereditaria de dicha conducta. Otras pautas universales son dictadas por la anatomía. Un ejemplo sería: el signo simbólico de comer-gesto de llevar la mano a la boca- ya que para todos los seres humanos la mano y la boca están inevitablemente involucrados en el acto de comer.

Otro ejemplo es el saludo. Los etólogos proponen que entre los animales el saludo constituye a menudo una ceremonia de apaciguamiento, se sabe que todos los animales salvajes se saludan entre sí y los simios lo hacen de manera muy similar a como el hombre se saluda.

El análisis cinético del saludo humano ha diferenciado -- cinco etapas sucesivas: Avistarse y reconocerse, saludo a distancia, acercamiento, saludo próximo y separación momentánea.

La etología propone, y ha comprobado en algunos casos, -- que el ser humano por su evolución ha modificado actitudes y -- gestos de primate y los sigue utilizando en ese vocabulario no-verbal para indicar, por ejemplo, su territorio, su inseguridad,

su status, etc.

### 1.4.3 Comunicación animal

Uno de los medios al que podemos recurrir para estudiar la comunicación humana consiste en compararla con la comunicación animal. Otras criaturas son capaces de comunicarse entre sí y pueden influir en sus semejantes y ser influidos por ellos.

Por ejemplo los insectos sociales; las hormigas, abejas, termitas y otros que viven en colonias en las que se comprueba a menudo una compleja división de trabajo y una organización social muy desarrollada gracias a las cuales coordinan sus actividades y se afanan en pos de objetivos comunes.

Para mantener esa organización y llevar al cabo y coordinar las tareas que desempeñan los distintos individuos se requiere algún método de intercambio interindividual de influencias. Varias clases de insectos poseen diversos mecanismos por medio de los cuales son capaces de influir recíprocamente en su conducta. Pueden consistir en técnicas para generar y percibir olores, sonidos, sensaciones táctiles e incluso estímulos visuales. Recurriendo a estas técnicas pueden coordinar complejas actividades sociales.

La comunicación entre los insectos se basa exclusivamente en mecanismos biológicos heredados y forman parte de su dota---

ción genética. Cuando en el medio circundante se producen los estímulos adecuados esas técnicas son puestas en funcionamiento de modo automático.

El acto comunicativo en ese nivel de escala zoológica no implica aprendizaje, ni conciencia y por supuesto tampoco procesos culturales.

La comunicación entre animales ubicados por encima de los insectos pero debajo del hombre en la escala evolutiva se lleva al cabo de la misma manera que la de los insectos a través de procesos biológicos heredados genéticamente y su finalidad será la organización social.

Factores biológicos como el equilibrio hormonal, el sexo, el vigor y la estructura anatómica contribuirán a determinar la posición que un individuo dado ocupará en la organización social que finalmente se establezca.

Las pautas de comunicación de las gallinas o de las termitas, por ejemplo, interesan principalmente como sistemas de contraste con los cuales comparar la comunicación humana. Así recurriremos al "orden de los picotazos" entre las gallinas.

Este es simplemente la organización de dominio y sometimiento que se desarrolla entre los miembros de un grupo recientemente formado de gallinas. La cúspide la ocupa la gallina --

que domina a todas las demás, mientras que las más sumisas permanecen en el nivel inferior. El fenómeno del orden de los picotazos, que es el acto de picotear para medir quién es el miembro más fuerte, constituye un ejemplo clásico de un tipo particular de comunicación basada en el signo natural.

Un signo natural es esencialmente un estímulo nuevo, capaz de provocar una respuesta, de modo tal, que después de haber sido experimentados por dos o más individuos de una especie un corto número de veces en el orden de sucesión apropiado, el nuevo estímulo se torna capaz de provocar la respuesta prescindiendo del estímulo original, formando así, en cada individuo un hábito.

"La comunicación de este tipo es automática; no hay razón para presumir conciencia ni funciones cognoscitivas en ninguno de los individuos".(26)

Por último resumiremos que la comunicación animal, si la conducta basada en signos de dos animales se halla coordinada - adecuadamente, se da en relación a estímulos que se hallan vinculados con pautas de hábitos estables de modo tal que suscitan respuestas internas del tipo que originalmente sólo provocaban los objetos o acontecimientos reales, el resultado de una conducta basada en signos.

### 1.5 Desarrollo de la comunicación no verbal en el ser humano

Gran parte de nuestro comportamiento no verbal tiene aspectos innatos, aprendidos o nacidos de la imitación. Ekman y Friesen han resumido tres fuentes primordiales del comportamiento no verbal: 1) programas neurológicos heredados; 2) experiencias comunes a todos los miembros de la especie y 3) experiencias variables de acuerdo con la cultura, la clase, la familia o el individuo. Las fuerzas biológicas y las fuerzas culturales se superponen en muchos sentidos. Algunos procesos biológicos muy comunes se usan más tarde para comunicar.

Estímulos diferentes pueden producir una expresión facial dada de acuerdo con el aprendizaje cultural.

Nacemos con la capacidad para aprender el lenguaje pero no se aprenderá sin entrenamiento cultural. Es probable que algunas señales no verbales dependan originalmente de programas neurológicos, mientras que otras estén influidas primordialmente por el medio en que el aprendizaje tiene lugar, muchos comportamientos sufren ambas influencias. Además, algunos comportamientos que han sido enseñados por vía cultural en una época de la historia humana, pueden ser más tarde genéticamente transmitidos desempeñan un papel importante en la continuación y supervivencia de la especie.

Las expresiones faciales de la emoción, los adaptadores, son hábitos ligados al manejo primitivo de la sensación, excre-

ción, ingestión, aseo y afecto, las experiencias primitivas en el mantenimiento de las relaciones interpersonales y el cumplimiento de ciertas tareas instrumentales. Los ilustradores y -- los reguladores, parecen haber sido primariamente aprendidos a través de la imitación de los otros.

Las estrategias de investigación que se utilizaron básicamente para inferir si todo comportamiento dado de la especie humana ha sido heredado y genéticamente transmitido a todos los miembros de la especie son:

1) Datos a partir de la privación sensorial, es decir la observación de cómo se manifiesta un comportamiento en personas sordas y/o ciegas que no hayan podido aprender a través de canales visuales o auditivos.

"Tanto los factores ambientales como los innatos tienen consecuencias en el comportamiento expresivo. El medio puede influir sobre el momento en que la conducta hace su aparición".

(27)

Los factores innatos son responsables de las características morfológicas de los comportamientos expresivos y de las conexiones que tales comportamientos tienen con los estados emocionales con ellos asociados.

2) Datos a partir de primates no humanos. Los seres huma

nos son primates, también los antropoides y los prosimios; si-- observamos a los primates no humanos, nos damos cuenta de que-- tienen comportamientos semejantes a los humanos en situaciones-- parecidas.

Las semejanzas del comportamiento se suelen vincular a -- problemas biológicos y sociales comunes con que enfrentamos tan to los primates humanos como los no humanos.

Los músculos faciales humanos son menos en cantidad y más discretos, sin embargo las semejanzas en las expresiones faciales entre éstos y los primates no humanos son impresionantes.-- También comparten ambos grupos la característica de que una mis ma expresión facial puede ser decodificada de muy diferentes ma neras, en diferentes contextos y grados variables. Otra característica que comparten es que existen semejanzas en sus cerebros, es decir las partes del cerebro que parecen mediar las -- respuestas emocionales en los humanos parecen hacerlo también-- en las expresiones faciales de los primates no humanos.

3) Datos a partir de los estudios multiculturales. Los-- seres humanos de todo el mundo comparten ciertas funciones biológicas y sociales, emblemas que se refieren a comer, dormir y señalar manifiestan por lo tanto semejanzas transculturales.

### 1.5.1 Comunicación en el útero

El ser humano no nace hablando, sus primeras experiencias del mundo que lo rodea y sus primeras comunicaciones con él son necesariamente no verbales.

El ser humano aprende desde el útero materno, a partir -- del primer despertar de la conciencia el feto vive al compás -- del corazón de su madre, en síncope con el suyo. De aquí se -- cree nace el ritmo biológico.

Se sabe que los bebés se mueven dentro de la madre en sin cronía con ella. Además son capaces de oír dentro del útero -- por lo que algunos científicos proponen que el feto empieza a -- aprender su lengua desde que se encuentra en el mismo.

Después del nacimiento es necesario para el ser humano el contacto corporal ya que se requiere del estímulo del sistema -- nervioso para que se desarrolle normalmente.

El estímulo táctil varía dependiendo de la cultura, ac -- tualmente se ha llegado a la conclusión de que a mayor estímulo, mejor desarrollo.

A medida que el bebé crece comienza no sólo a distinguir -- los rostros familiares, sino a reconocer las expresiones y en -- poco tiempo estará capacitado para interpretar el lenguaje no -- verbal de manera más hábil tal vez, que en toda su existencia --

posterior.

El bebé se transforma en niño y éste, sigue siendo extremadamente sensible a mensajes faciales. Así los niños dependen de manera extraordinaria de los rostros de los demás como clave para conocer sus verdaderas reacciones.

### 1.5.2 Código no verbal en los Niños

Durante los primeros años de vida un niño muestra un extenso repertorio de señales no verbales. El niño aprende a interpretar también las señales no verbales que recibe de otros. De igual manera son capaces de hacer distinciones basadas en la apariencia física desde edades muy tempranas; los criterios culturales de atractivo físico están perfectamente establecidos a los seis años aproximadamente.

Esta percepción de la configuración corporal ha sido objeto de múltiples estudios evolutivos.

En cuanto al comportamiento visual se sabe que el bebé responde positivamente a los ojos de su madre a muy temprana edad. El contacto ojo-ojo entre madre e hijo puede ocurrir incluso en la cuarta semana de vida del bebé. Así se sabe que la mirada mutua, el quebrar de la mirada y la sensibilidad facial son elementos cruciales en el establecimiento de bases primitivas para las relaciones sociales, aun cuando la duración de

la mirada sea muy breve. Se ha observado también en los bebés de cuatro semanas, la dilatación de la pupila como demostración de agrado y esto se da principalmente cuando miran a su madre.

Desde el nacimiento el niño en desarrollo está expuesto a un gradual incremento de las distancias en diversas situaciones de comunicación, alrededor de los siete años puede haber incorporado el concepto de distancia "pública" en su repertorio de comportamientos. Esto es, el niño aprende pautas de una cultura más amplia a edad más avanzada.

Vocalizaciones.- Los recién nacidos comienzan a emitir sonidos casi de inmediato y para aprender a hablar imitan las diferencias de niveles tonales que perciben mayormente del padre y de la madre. La primera indicación de receptividad a las voces del adulto se halla en los movimientos aparentemente sincronizados del niño con el hablar rítmico del adulto.

Las expresiones faciales.- Hacia el final del primer año es probable que se reconozcan bastante bien éstas, al menos en la medida en que vayan acompañadas de gestos y vocalizaciones adecuadas.

En general podemos decir que los niños expresan sus emociones con más partes del cuerpo y de una manera menos sutil que los adultos. A medida que se avanza en edad, se desarrollan controles musculares más sutiles, las capacidades de reco-

nocimiento se hacen más complejas y se aprende a responder a diversas normas y presiones sociales.

### 1.5.3 Comunicación en los adultos - conversación y orden público

#### CO

El lenguaje sobre todas las diferencias es lo que separa al hombre del resto de los animales. Dicho lenguaje en una conversación cara a cara se desarrolla en un marco de comunicación no verbal que es parte inseparable del mensaje. Se puede intercambiar información con otra persona sin verla pero este tipo de comunicación queda seriamente limitada.

Cuando un grupo de individuos conversa, la forma más efectiva de afirmar predominio es la no verbal y al mismo tiempo -- que este predominio se negocia o se reafirma se establece un nivel de intimidad mutuamente agradable. Esto es, la comunicación entre adultos siempre se ve afectada por el estatus.

Las pautas de comportamiento que se utilizan para expresar o negociar intimidad son las que emplea una persona para hacer saber a las demás si son de su agrado o no.

Las emociones también se transmiten o comparten en gran medida de forma no verbal. Las señales no verbales definen los papeles que le tocará jugar a cada ser humano. Tratamos a las personas de acuerdo a su edad, sexo y clase social también nos-

comportamos de acuerdo con lo que se espera de nuestros propios papeles.

La comunicación no se reduce a enviar información por el canal verbal y las emociones por los canales no verbales. Ya que a nivel verbal se pueden definir y tratar las emociones de manera precisa; y algunas señales no verbales están ligadas al contenido verbal perdiendo su sentido fuera de él. Más aún --- existen claves no verbales únicamente para regular el intercambio verbal y son inseparables de la conversación cotidiana.

Algunas de estas señales regulan el fluir de una conversación de manera que cada quien hable cuando sea su turno. La -- distribución de turnos es sutil y compleja y puede ser desde -- corporal hasta vocal.

Las investigaciones acerca de la comunicación no verbal -- tienen aproximadamente treinta años y los estudios de la misma -- han tenido grandes cambios.

En 1967 M. Mead escribía: "La vestimenta y el peinado se han transformado en indicadores de vital importancia acerca de las actitudes éticas y políticas. Nos hemos desplazado hacia un periodo más visual donde lo que se ve es lo más importante que lo que se lee y lo que se experimenta directamente tiene mucho más valor que lo que se aprende de segunda mano".<sup>(28)</sup> Esto es que desde esa época la comunicación no verbal en el ámbito vi--

sual empezó a cobrar gran importancia.

Existen diferencias culturales en el código corporal y -- son las culpables de la sensación de extrañeza que sentimos --- cuando nos encontramos con individuos de otras razas y/o culturas.

Erving Goffman profesor de sociología de la Universidad-- de Pensylvania se ha dedicado en los últimos años a estudiar el orden público.

Este investigador señala que los contactos rutinarios de los hombres entre sí parecen desarrollar universalmente sus propias normas.

La forma de vestirse por ejemplo es un asunto de elección personal pero supone que se debe de hacer de manera que se ex--prese respecto a una situación social dada. El hombre siempre ha aprovechado su vestimenta y su apariencia para manifestar --quien es.

Para el hombre en el pasado su vestimenta revelaba su es--tatus, su ubicación en la jerarquía social mientras que para la mujer también servía de instrumento de seducción. En la actua--lidad se manejan estos elementos quizá más sutilmente.

Así también podemos ver que en determinadas épocas la for

ma de vestir se ha tomado como forma de reconocimiento mutuo y como ataque a una sociedad que se rechaza. Ejemplo; los hippies en los años setentas.

Parte de este orden público sería la territorialidad que incluye más de lo que llamamos el microespacio Goffman dice: --- "...a cualquier parte donde vaya una persona lleva sus territorios egocéntricos".<sup>(29)</sup> Estos incluyen ciertos derechos que -- cree poseer como el derecho a no ser tocado o incluido en una -- conversación de un desconocido y el derecho a la intimidad en -- lo informativo; qué parte se refiere a preguntas que se supone -- no se harán. Todo lo anteriormente mencionado dependerá de la -- cultura a la que se pertenece.

"Nadie está realmente solo en medio de una multitud, ni -- nadie se mueve mecánicamente de un lugar a otro. Siempre que -- alguien está en público constante y deliberadamente estará -- tratando de demostrar que es una persona de buen carácter".<sup>(30)</sup>

#### 1.6 Perspectivas de comunicación no verbal en el proceso total de la comunicación

La comunicación no verbal no se puede estudiar aislada -- del proceso total de la comunicación. Ambas deberían estudiarse -- como una unidad indivisible y total.

Existen interrelaciones de lo verbal con lo no verbal y --

puede haber interrelaciones puramente no verbales es decir, canales no verbales que interactúan con otros.

Los usos primarios del comportamiento no verbal en la comunicación humana son: 1) Expresar emociones; 2) Transmitir actitudes personales [gusto/disgusto, dominación/sumisión, etc.]; 3) Presentar a otros la propia personalidad y 4) Acompañar el habla con el fin de administrar las intervenciones, la retroalimentación, la atención, etc.

Lo mismo que en las palabras las frases, las señales no verbales pueden tener múltiples usos y significados. Estos son entre otros:

- Repetición.- La comunicación no verbal puede repetir lo que se dijo verbalmente.

- Contradicción.- Puede también contradecir lo que se dijo verbalmente.

- Sustitución.- Sustituye a los mensajes verbales.

- Complementariedad.- La conducta no verbal puede modificar o elaborar mensajes verbales. Las funciones complementarias de la comunicación no verbal sirven como señal de las actitudes e intenciones de una persona respecto a otra.

- Acentuación.- Puede también acentuar las partes del mensaje verbal así como subrayarlo. A menudo los movimientos de cabeza o de manos se usan para acentuar el mensaje verbal.

- Regulación.- Se usa para regular los flujos de comunicación

ción entre los interactuantes.

La importancia de la comunicación no verbal es innegable, siempre dentro del proceso total de la comunicación. Birdwhistell asegura que en una conversación normal de dos personas, --- los componentes verbales suman menos del 35 por ciento del significado social de la situación mientras que el 65 por ciento -- del significado social queda del lado no verbal. (31)

## Notas Bibliográficas:

- 1) Mandelbaun D.G. Selected Writings of Edward Sapir.  
University of California Press. L.A. 1949.  
pp. 533.
- 2) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid España. 1972.  
pp. 43.
- 3) Ibid. pp. 216.
- 4) Ekman P. Friesen W. Ellsworth P. Emotion on the Human Face.  
Pergamon Press. N.Y. 1971.  
pp. 213.
- 5) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1971.  
pp. 105.
- 6) Ibid. pp. 111.
- 7) Condon W. Sander L.W. Neonate Movement Is Synchronized with  
adult speech.  
(International Participation in Language Acquisition)  
Academic Press. N.Y. 1974  
pp. 99-101.
- 8) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1972.  
pp. 154.

- 9) Ekman P. Comunicación no Verbal.  
Academic Press. N.Y. 1973.  
pp. 15.
- 10) Knapp M. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Paidós. Buenos Aires Argentina. 1985.  
pp. 196-197.
- 11) Ibid. pp. 38.
- 12) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1972.  
pp. 95.
- 13) Ibid. pp. 93.
- 14) Knapp M. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1985.  
pp. 275.
- 15) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza Madrid, España. 1972.  
pp. 101.
- 16) Ibid. pp. 52.
- 17) Knapp M. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1985.  
pp. 157-158.

- 18) Ekman P. Comunicación no Verbal.  
Academic Press N.Y. 1973.  
pp. 23.
- 19) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1972.  
pp. 112.
- 20) Shontz F.C. Aspectos Perceptivos y Cognoscitivos de la  
Experiencia del Cuerpo.  
Academic Press. N.Y. 1969.  
pp. 130.
- 21) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1972.  
pp. 112.
- 22) Knapp M. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1985.  
pp. 114.
- 23) Ibid. pp. 84.
- 24) Mehrabian A. Lugares Públicos y Espacios Privados.  
Basic Books. N.Y. 1976.  
pp. 108.
- 25) Davis F. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1972.  
pp. 59.

- 26) De Fleur ML. Teorías de la Comunicación Masiva.  
Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1980.  
pp. 130.
- 27) Knapp M. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1985.  
pp. 56.
- 28) Charlesworth W.R. Kereutzer M.A. Las expresiones Faciales  
de los Niños e Infantes.  
Academic Press N.Y. 1973.  
pp. 160.
- 29) Davis F. La Comunicación no verbal.  
Editorial Alianza. Madrid, España. 1972.  
pp. 226.
- 30) Ibid. pp. 229.
- 31) Knapp M. La Comunicación no Verbal.  
Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1985.  
pp. 33.

CAPITULO II

" COMUNICACION "

## 2.1 Definiciones

La comunicación verbal íntimamente ligada a la no verbal es quizá la más estudiada científicamente, definida bajo distintos criterios que se pueden agrupar en tres grandes tendencias:

- La primera, una definición que resalta el significado--etimológico de "poner algo en común".

- El segundo grupo, subraya la intencionalidad de la co--municación.

- El tercer grupo, que hace hincapié en el proceso comuni--cativo y la respuesta del receptor a la influencia de la comuni--cación.

Aquello en lo que coinciden los estudiosos de comunicación es en que ésta es de carácter dinámico, Berlo la define como --fenómeno en proceso de constante alteración, que actúa sobre to--dos los demás objetos del medio circundante y es posible reci--bir su influencia, sufriendo también modificaciones y cambios--como la persona que aborda este proceso".<sup>(1)</sup>

## 2.2 El Proceso de la Comunicación

De acuerdo a la definición anteriormente dada podemos con--cluir que la comunicación es un proceso antes que cualquier --otra cosa ya que tiene una continuidad ilimitada y no pueden --distinguirse su principio y su fin. Así como su carácter tran--saccional, esto es, las partes del proceso se afectan mutua y--

recíprocamente, de ahí que el mismo está siempre en movimiento y cambio.

Decenas de distintos modelos se han elaborado para explicar el proceso de la comunicación.

Desde el esquema de la retórica aristotélica hasta los--- complejos modelos actuales. Cada uno refleja el concepto que-- de las relaciones humanas ha tenido el científico en su momento histórico determinado.

Sin embargo, para la utilidad del estudio que estamos realizando, únicamente vamos a estudiar los elementos básicos del proceso de la comunicación que sin lugar a dudas han surgido -- siempre del desarrollo de los esquemas y diferentes estudios de la misma.

### 2.3 Elementos del Proceso

Emisor - receptor. Anteriormente el emisor era considerado como el responsable de la iniciación del proceso y del contenido del mismo.

Este tipo de conceptualización se fundaba en dos bases -- teóricas específicas:

- La teoría de la información que explica la mecánica de-

transmisión de señales en mecanismos cibernéticos en los que la fuente (el emisor) inicia dicha transmisión.

- La teoría de bala o del flujo de la comunicación de la "aguja hipodérmica", que consideraba los mensajes de los medios de comunicación como ejercedores de una influencia directa y poderosa sobre el receptor. (2)

Ambos enfoques no pueden explicar lo que realmente sucede en la comunicación y por lo tanto se modificó el primero y se desechó el segundo.

Así se estudió la comunicación como una relación y no como una afectación unilateral. Emisor y receptor se afectan mutuamente; se considera primero al emisor únicamente como punto de referencia.

Es bien sabido que la conducta de la emisión es intercambiable a cada paso en el proceso, el emisor y el receptor alternan sus papeles, la esencia de la relación de los mismos, será que tengan una experiencia común.

El emisor extrae de su entorno cultural ciertas experiencias que desea comunicar a su correlator. Para hacerlo selecciona de su repertorio de signos y da forma siguiendo las reglas que le proporcionará un código; integrados los signos llegan al receptor el cual a su vez los relaciona con el repertorio y el-

entorno cultural.

Una vez realizada la emisión y la recepción, éstas se influyen recíprocamente.

Toda comunicación conlleva una intención de una respuesta o provocación. (3) De esta forma el emisor conoce el éxito o fracaso de su intento al recibir una nueva forma de signos que el receptor, ahora actuando como emisor, le envía. Esto se conoce como retroalimentación que podemos definir como el concepto que se refiere a la respuesta evocada en el receptor.

Tanto la emisión como la recepción son en realidad conductas que se relacionan en el proceso de la comunicación y pueden o no ser representadas por personas.

Código y Mensaje.- Los mensajes son formaciones de signos que intercambian las actividades y su articulación responde a ciertas reglas que provee el código; así los mensajes están --- constituidos por signos y reglamentados por un código.

El emisor codifica y el receptor decodifica; lo que intercambian en el proceso son signos que se refieren a elementos -- del entorno cultural.

Los signos son la articulación de una expresión (o manifestación física) y de un contenido (o significado).

Las expresiones y el contenido forman los signos generalmente de manera arbitraria y culturalmente sancionada. Los códigos también nacen de necesidades culturales por lo que no son iguales para todos los grupos humanos. La existencia de los -- mismos es de "...orden cultural y constituye el modo en que una sociedad piensa, habla y mientras habla, resuelve el sentido de sus propios pensamientos a través de otros pensamientos y éstos a través de otras palabras".(4)

De modo que para establecer un proceso de comunicación -- las entidades, emisor-receptor, relacionadas deben compartir la sanción cultural de los signos que forman un mensaje, así como las relaciones codificadas por las que se articulan.

Por lo tanto es necesario agregar un carácter social y -- cultural en los intercambios comunicativos y la existencia de -- un acuerdo previo de códigos y signos que se utilicen en un determinado proceso de comunicación entre las entidades que inter vienen en el mismo.

En el acto comunicativo no existe un solo y único código, sino una multiplicidad de códigos que se superponen y cruzan -- unos con otros. Por lo que el mensaje adquiere vida por sí mis mo.

Una vez enviado el mensaje no se puede controlar y la re cepción puede ser distinta. Podemos decir por esto, que tanto-

el código como los mensajes son remodelados por la situación--- cultural y en el caso de la comunicación colectiva que para --- nuestro estudio es en la que pondremos más atención; los códi-- gos, el entorno cultural al que se refieren los mensajes, el nú mero de personas o involucrados en el proceso, son más amplios.

El Medio.- "Es el conjunto de eslabones que constituyen-- el sistema material de paso del mensaje entre el emisor y el re ceptor". (5)

#### Tipos de Medios:

Medios interpersonales.- Aquéllos que se usan en relacio-- nes comunicativas entre un número reducido de personas y en las que existe una posibilidad de retroalimentación inmediata y con tinua.

Medios Colectivos.- Son aquellos utilizados entre un núme ro reducido de personas, emisores, y un número mayor de recepto res; en este caso los medios son multiplicadores de mensajes de tipo técnico y ofrecen la misma capacidad de retroalimentación-- que los interpersonales o directos.

En los dos tipos de medio, los distintos elementos del -- proceso de la comunicación se comportan de manera similar.

## 2.4 Tipos de Comunicación

Tradicionalmente se han distinguido diversas formas de comunicación entre los seres humanos, y se han dado dentro de dos categorías de transmisión:

- Canales naturales.- Se refieren a los órganos de la sensibilidad (vista, oído, habla, y tacto), que siempre ocupan la posición inicial y final del envío y recepción en un mensaje o proceso comunicativo.

- Canales artificiales.- Entendemos cualquier aparato capaz de codificar, transportar y decodificar un mensaje como sistema no natural de codificación.

Por lo que la transmisión utiliza; un código puede ser de dos tipos:

- Código natural.- Todo sistema de signos: auditivos, visuales, táctiles, dotado de un suficiente coeficiente semántico o pragmático para constituirse en lenguaje descifrable o decodificable por el receptor o interpretante. Entendiéndose coeficiente semántico como la relación unívoca entre cada signo y -- significado.

- Código artificial.- Conjunto de signos, impulsos producidos automática o semiautomáticamente por aparatos recodificadores de un código natural, para hacer más fácil su almacena---

miento, transporte, recepción y decodificación a códigos naturales.

Estos tipos de códigos y canales dan diferentes tipos de comunicación entre los seres humanos; consigo mismos y -con los que los rodean- que podemos resumir entre otros:

- Comunicación por canales y códigos naturales.
- Comunicación intrapersonal e interpersonal.
- Comunicación próxima y bidireccional.

La Comunicación intrapersonal.- Es cuando el hombre hace uso de su atributo más esencial la posibilidad de meditar, de recogerse dentro de sí mismo para ponerse consigo mismo de acuerdo. Lo contrario a este diálogo interno es la alteración.

Comunicación Interpersonal.- Conocida como comunicación "cara a cara" que se caracteriza porque las esferas personales de cada uno dentro del espacio físico, se interfieren y están en el mismo lugar utilizando canales y códigos naturales para efectuar la comunicación. Este tipo de relación es bidireccional por el hecho de que la respuesta tiene tanta importancia -- cuantitativa como la emisión. Por consiguiente, emisión y recepción precisan una participación más o menos equivalente. (6)

La comunicación por canales y códigos artificiales original:

La telecomunicación, que a su vez tiene los siguientes tipos de comunicación:

- Comunicación intergrupala e interdireccional.
- Comunicación pública e indirecta.

La telecomunicación.- Se efectúa por canales artificiales donde la comunicación se da interdireccionalmente y emisor y receptor permanecen donde los mensajes circulan en una sola dirección.<sup>(7)</sup> Al ser a través de un medio es indirecta y al dispersarse más ampliamente es pública e intergrupala.

Dentro de este tipo de comunicación se encuentran los medios masivos.

## 2.5 Características generales de los medios de comunicación y sus usos

David K. Berlo define los medios de comunicación masiva-- como "sectores unidireccionales de un mensaje emitido por un individuo o grupo de individuos destinado a un público mucho más ancho".<sup>(8)</sup>

Las características de los medios de comunicación son:

- Cuentan con gran audiencia.
- La fuente es una organización o una institución.

- Se utiliza algún tipo de mecanismo para reproducir mensajes.

Las funciones básicas de los medios de comunicación masiva son:

- El entretenimiento.
- La diversión.
- La información.
- La educación.

Usos de la comunicación masiva.- El problema del uso y -- controles de la comunicación social encubre el problema de los contenidos. A. Menéndez dice sobre éstos: "El sistema sociocul tural determina parcialmente el uso de las palabras, motivos y propósitos de la comunicación, los significados que incorpora-- cada palabra, los canales que usa y el tipo de mensajes".<sup>(9)</sup>

Se pueden enunciar algunos de los usos posibles y que --- agrupan los más utilizados:

- Económico o Comercial.- Este pretende lograr el máximo de escuchas por hora, es decir, realizar un campo publicista lo más extenso posible, el cual se regulará permanentemente según los gustos del mayor número de espectadores.

- Uso político.- Tiene como propósito introducir por el--

canal de comunicación que se está usando, productos culturales asociados a los mensajes, haciendo pasar otro tipo de valores - subyacentes bien determinados en el espíritu de los dirigentes. Esto es exponer ciertas ideologías políticas al espectador pero de manera indirecta y sutil.

- Cultural.- Busca reflejar la cultura que en cada momento es el inicio correcto del progreso de la sociedad. Se esforzará en integrar al individuo en la sociedad en que vive, representada por una suma de elementos del saber.

- Educativo.- Aquél que intenta, servir a los intereses del espectador aportándole beneficios concretos de tipo académico o pedagógico.

- Social.- Se espera de él la transmisión de nuevas costumbres y prácticas que en algunos casos den relaciones sociales diferentes.

Detrás de tales cambios en el comportamiento, necesariamente se tienen cambios sustanciales en actitudes, creencias, habilidades y normas sociales. "Cuando se piensa acerca del cambio social, hemos de pensar en términos del cambio que traerá en toda la sociedad y en todo el hombre".<sup>(10)</sup>

## 2.6 Clasificación de los Medios de Comunicación

Los medios para su estudio se han dividido por el tipo de

comunicación que pueden realizar, por el tipo de canal y código que necesitan; independientemente de las funciones o de los usos que les puedan atribuir a cada uno de los medios en particular.

Así se clasifican en:

- Medios impresos cuyas características son:

- a) Requieren la habilidad de la lectura.
- b) Se experimentan por lo general individualmente y en silencio.
- c) Se realizan en lapsos cortos.
- d) Su difusión es relativamente corta.
- e) Pueden ser releídos y comprobados.
- f) Son relativamente baratos de producir pero muy costosos para el consumidor.
- g) Se crean para minorías.

Entre los medios impresos están los libros, revistas y periódicos.

- Medios electrónicos cuyas características son:

- a) No requieren ningún entrenamiento especial.
- b) Generalmente experimentados en grupo y con sonidos.
- c) Posibilidad de visión prolongada.
- d) Su difusión es inmediata.
- e) Generalmente no pueden hacerse revisiones.
- f) Son muy caros de producir, pero relativamente baratos.

para el consumidor.

g) Planeados para grandes auditorios.

Entre los medios electrónicos se encuentran la radio, el cine y la televisión.

## Notas Bibliográficas:

- 1) Berlo K. David. El Proceso de la Comunicación.  
Editorial "El Ateneo" Buenos Aires, Argentina, 1981.  
pp. 20.
- 2) Schramm Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana.  
Editorial Grijalbo, S.A. México. 1982.  
pp. 84-85.
- 3) Berlo K. David. El Proceso de la Comunicación.  
Editorial "El Ateneo" Buenos Aires, Argentina, 1981.  
pp. 22.
- 4) Eco Umberto. La Estructura Ausente.  
Editorial Lumen. Barcelona, España, 1982.  
pp. 72.
- 5) Schtamm Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana.  
Editorial Grijalbo, S.A. México, 1982,  
pp. 95.
- 6) Moles A. Abraham. Rhomer E. Teoría Estructural de la Comunicación y La Sociedad.  
Editorial Trillas, S.A. México, 1983,  
pp. 15.
- 7) Ibid. pp. 26.

- 8) Berlo K. David. El Proceso de la Comunicación.  
Editorial "El Ateneo" Buenos Aires, Argentina. 1981.  
pp. 38.
- 9) Menéndez Antonio. Comunicación Social y Desarrollo.  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. México.  
1982.  
pp. 37.
- 10) Schramm Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana.  
Editorial Lumen. Barcelona, España. 1972.  
pp. 22.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

CAPITULO III

"TELEVISION"

### 3.1 Antecedentes Históricos

#### 3.1.1 En el Mundo

- 1936 Nace la televisión a nivel masas; Inglaterra instituye programas de televisión, otras naciones la imitan.
- 1939 Nace la televisión comercial en el mundo cuando National Broadcasting Co. transmitió los primeros programas de esta clase desde su estudio de Radio City con motivo de la Feria Mundial de Nueva York.
- 1948 Sólo cuatro países ofrecen con regularidad programas televisados; Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Rusia.
- 1962 Con el funcionamiento de las comunicaciones vía satélite la televisión da un paso gigantesco e inicia sus transmisiones internacionales.

#### 3.1.2 En México

- 1933 Surge en etapa experimental la televisión mexicana cuando Guillermo González Camarena hace los primeros ensayos con un equipo rudimentario que él construyó. Ese año el Partido Nacional Revolucionario hizo algunas demostraciones públicas con un equipo que trajo del extranjero, de televisión en blanco y negro.

- 1939 González Camarena inventó un sistema de televisión cromática. A partir de ello, en diferentes países del mundo empezaron a surgir otros procedimientos, "más elaborados y mejor financiados, pero siguiendo la idea básica del inventor mexicano".<sup>(1)</sup>
- 1945 Se construye la primera cámara de televisión en nuestro país.
- 1946 Se inician una serie de transmisiones experimentales en blanco y negro, en unas instalaciones de la Unión de Radioexperimentadores. Durante dos años esta televisora-transmitió programas todos los sábados de manera experimental.
- 1947 En diversas salas cinematográficas de la ciudad de México se efectuaron demostraciones de la televisión. Ese mismo año el entonces presidente de la república Miguel Alemán V. envió a los Estados Unidos y a los principales países europeos al Ing. González Camarena y a Salvador Novo para hacer un estudio detallado sobre el desarrollo y características de la televisión en estos países. Novo analizó los aspectos culturales, educativos y socioeconómicos de la televisión extranjera y González Camarena el aspecto técnico. Se dice que del reporte entregado por ambos investigadores el Lic. Alemán tomó la decisión de otorgar a la iniciativa privada la-

instalación y funcionamiento de este espectáculo electrónico.

1949 Estaban interesados en este negocio González Camarena y Emilio Azcárraga pero fue Rómulo O'Farrill quien logró primero la concesión de un canal de televisión.

1950 Surge la televisión comercial mexicana con la transmisión por XHTV canal 4 del mensaje presidencial, su inauguración fue el 31 de agosto en el Jockey Club del Hipódromo de las Américas. Perteneciendo a la empresa Televisión de México, S.A. fundada por el Sr. Rómulo O'Farrill Sr.

A finales del año empezó a salir al aire esporádicamente XEWTV canal 2, con transmisiones originadas en la radiodifusora X.E.W. en tanto se aceleraban los trabajos de lo que pronto sería Televisión, en la Avenida Chapultepec.

Mientras tanto el canal 4 transmitía desde sus estudios y oficinas ubicados en los pisos trece y catorce del edificio de la Lotería Nacional, de cinco de la tarde a siete de la noche.

1951 El 21 de marzo sale al aire con transmisiones beisboleras el canal dos dedicándose únicamente a eventos deportivos. Su propietario era el Sr. Emilio Azcárraga V.

1952 El 10. de enero canal dos presentó una programación en forma; de las 15;00 a las 22;00 horas. El sábado 12 de enero se inaugura Televisión en Av. Chapultepec No. 18, a las 21;00 horas teniendo como evento, una espectacular función de lucha libre.

Funcionaban también en Matamoros la XHLATV y en el Distrito Federal la planta de circuito cerrado a color de la Universidad Nacional Autónoma de México.

El 10 de mayo se inauguró oficialmente la tercera estación televisora que funcionó en la capital de la República XHGC, canal 5, propiedad del Ing. Guillermo González Camarena. Sus estudios se encontraban en los altos del teatro Alameda. Y sus transmisiones cotidianas eran de las 15;00 a las 17;45 horas y de las 20;00 a las 22;45 horas.

1955 El 26 de marzo se da a conocer la integración de Televisión Mexicana, S.A. que fue constituido por Rómulo O' Farrill, Emilio Azcárraga y Guillermo González Camarena. Así tres días después aparecía conjuntamente en los diarios la programación de los canales 2, 4 y 5. A partir de entonces la televisión mexicana empieza a crecer rápidamente lanzando su imagen a provincia instalando retransmisoras, mientras se fundaban televisoras locales. El número de receptores aumentó. De esta manera "la televisión mexicana realizó series que apasionaron al creciente público; proyectó, en el momento de estar suce-

diendo, acontecimientos de profunda repercusión, creó--  
ídolos de popularidad no alcanzada hasta entonces; pre--  
sentó grandes personalidades de los más diversos medios  
suscitó favorables comentarios, a veces divergencias de  
opinión, nuevas formas de vivir".(2)

- 1959 Empezó a funcionar la emisora cultural XEIPN, canal 11--  
del Instituto Politécnico Nacional; que durante 12 años  
sólo se vio en los alrededores del casco de Santo Tomás.
- 1960 A principios de esta década el videotape viene a revo--  
lucionar la técnica televisiva, pues permite grabar pre--  
viamente programas y acontecimientos importantes, dotan  
do de mayor eficacia y funcionalidad la televisión. --  
Con esto se suprimieron errores propios de las transmi--  
siones en vivo, se pudieron conservar programas estela--  
res y eventos históricos. En ese momento se abrieron--  
grandes mercados a las telenovelas mexicanas, mismos --  
que conservan hasta nuestros días.
- 1967 El 10. de septiembre la proyección a color de la tele--  
visión es una realidad. Desde agosto, Telesistema empe--  
zó a difundir en color pero comenzó a programar en for--  
ma definitiva a partir del informe presidencial del Lic.  
Gustavo Díaz Ordaz.
- 1968 El primero de septiembre sale al aire la señal de XHTMTV,

canal 8, propiedad de Televisión Independiente de México, empresa de capital regiomontano que instaló sus estudios en San Angel Inn.

El 12 de octubre se inauguró XHDFTV canal 13, cuya concesión se había otorgado a Francisco Aguirre.

El 31 de diciembre el presidente Gustavo Díaz Ordaz fijó un impuesto del 25% sobre los ingresos de las empresas de radio y televisión.

Para este entonces en provincia existían algunos canales de Telesistema mexicano, salvo canal 6 de Monterrey.

1969 El primero de julio se dispone que del gravamen del 25% sobre ingresos de las empresas de radio y televisión, -- puede pagarse un 12.5% con tiempo de producción diaria. Ese mismo año canal 8 dio forma permanente a sus transmisiones diarias.

"La competencia entre TIM y Telesistema trajo los programas de larga duración, programas de espectáculo cuya duración era de horas así por ejemplo el hoy "Siempre en Domingo" nace en TIM y es arrebatado a éste por Telesistema para transmitirse por uno de sus canales. (3)

1970 Se transmite el campeonato Mundial de Fútbol, el primero realizado en México.

1971 Inicia actividades la Comisión de Radiodifusión. Discutiéndose públicamente los objetivos y programas de la--

televisión comercial.

1972 Somex adquiere las acciones del canal 13, quedando éste en manos del gobierno. Su primer director fue el Licenciado Antonio Menéndez con el objetivo de cambiar la programación haciéndola con un contenido cultural, social y de orientación.

El 2 de mayo se expidió el decreto que estableció la Televisión Rural del Gobierno Federal, con el propósito de hacer llegar el servicio a las poblaciones campesinas.

1973 Ante la creciente intervención directa del Estado en esta materia, el 8 de enero se fusionaron Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México en la organización Televisa, S.A., con el objeto de programar, producir y coordinar las actividades de los canales 2, 4, 5 y 8. "Los objetivos de la nueva sociedad son: mejorar la calidad de los programas, dotarlos de un alto contenido humano y social, y cumplir con idoneidad la delicada misión de divertir, informar y orientar veraz y oportunamente al pueblo mexicano".<sup>(4)</sup>

1974 México utiliza el satélite Intelsat IV-F3, colocado sobre el área del océano Atlántico, que cuenta con 12 repetidoras cuya capacidad es de 9 mil canales. Las repetidoras 5 y 12 se utilizan para señal de televisión. --

El canal 5 arrendado a México por Intelsat, cuenta con 12 horas de transmisión y dos caminos de operación. El primero denominado Canal Nuevo Mundo, inició sus emisiones al inaugurarse la Junta de Cancilleres de Tlatelolco el 21 de febrero; no tiene fines lucrativos y se utiliza para proyectar a México en los países latinoamericanos que están en aptitud de recibir la señal, y para que éstos en términos de intercambio, envíen programas que puedan transmitirse por cualquier canal sin anuncios publicitarios. El segundo, de carácter comercial, se denomina Canal Interatlántico, arrendado por el gobierno federal. El 9 de julio se formó para explotarlo la empresa de participación estatal mayoritaria Satélite Latinoamericano, S.A., en la que participan los canales 11 y 13, el Banco Nacional Cinematográfico, Notimex y Televisa. Esta sociedad trata de formar la Red Latinoamericana de Televisión, que podrá transmitir programas con anuncios o patrocinios y recibir ingresos de cualquier índole.

1976 Televisa adquiere el 20% de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation de los Estados Unidos de Norteamérica y funda Univisión, que ese mismo año incluye tres emisoras en Los Angeles California, Nueva York y San Antonio. Así comienza a exportar también, en ese año, programas de televisión a los Estados Unidos por medio del satélite y de microon-

das, a través del sistema Univisión.

Se constituye la fundación Cultural Televisa.

1980 Televisa contrata los servicios del satélite estadounidense Westar III, con lo que adquirió la posibilidad de cubrir el territorio nacional con señales de televisión, además le permitió transmitir directamente su programación a los Estados Unidos a través de la cadena SIN. Con el Westar III, esta empresa transmitió 19 horas diarias de programación.

En octubre se firma un convenio entre Televisa y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para instalar 80 estaciones terrenas para comunicación por satélite. En ese mismo mes la Secretaría de Comunicaciones y Transportes anuncia que para 1985 México tendrá su propio satélite.

1981 El 3 de abril el presidente José López Portillo inauguró la primera etapa de la Red de Estaciones Terrenas. El 29 de octubre el Diario Oficial de la Federación publicó el Decreto por el que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes intervendría en la instalación y operación de satélites y sus sistemas asociados y solo por conducto de organismos que tuvieran como finalidad la explotación comercial de dichas señales en el territorio nacional". (5)

En diciembre de ese mismo año, la S.C.T. informó que el

canal alquilado por nuestro país, Intelsat IV, modificó su órbita; por petición de la misma Secretaría, para -- proporcionar cobertura a todo el territorio nacional.

1982 Cuatro empresas extranjeras, dos francesas, una estadounidense y una canadiense, presentaron candidatura al concurso convocado por la SCT para construir el satélite mexicano.

Se inauguró el 22 de junio, la segunda etapa de la Red de Estaciones Terrenas con 71 estaciones de las cuales 52 fueron instaladas por Televisa, y las demás por la SCT.

En diciembre se modifica el artículo 28 constitucional para fijar un conjunto de áreas estratégicas en las que sólo el Estado puede intervenir, entre éstas se encuentra la comunicación vía satélite.

1983 El 4 de abril el canal 8 de Televisa modifica las características de su programación, con la intención de convertirse en un canal de divulgación cultural.

En junio se concede a México, en la reunión de la Unión Internacional de Telecomunicadores, cuatro lugares para colocar satélites en la órbita geoestacionaria (lo que significa que el satélite permanece sobre el mismo punto del planeta).

La SCT informó que el sistema Morelos de Satélites tendría las siguientes características: Estaría integrado

por dos satélites (uno de operación y otro de reserva), lanzados en abril y septiembre de 1985. (6)

- 1984 Fusión de los canales 13 y 22 e inicio del canal 7 formando Imevisión.  
El canal 8 de Televisa pasa por razones técnicas a ser canal 9, con la misma programación.
- 1985 Lanzamientos de los satélites Morelos I y Morelos II.  
El 19 de septiembre por un terremoto desaparece gran parte de Televisión, sin embargo ese mismo día Televisa transmitió desde sus instalaciones ubicadas en San--Angel Inn. Enviando informaciones sobre el terremoto a toda la república y hasta los Estados Unidos.
- 1986 Tanto Televisa como Imevisión transmitieron el Campeonato Mundial de Fútbol, el segundo realizado en México.

### 3.2 Tipos de programas

Por el tipo de emisión los programas de televisión se clasifican en dos grandes grupos; el primero es el de emisiones en directo también llamadas "en vivo"; y el segundo el de emisiones de programas ya registrados también llamados diferidos.

Los del primer grupo, emitidos en directo, se caracterizan por ser transmitidos al instante de cualquier manifestación,

esto es el momento de la toma coincide con el de la reproduc---  
ción de la obra en las telepantallas. "Esta simultaneidad ale---  
ja a la televisión del proceso cinematográfico, para acercarla---  
más a las técnicas de la radio y del espectáculo teatral".(7)---  
Lo cierto es que este tipo de transmisión tiene la espontanei---  
dad y la viveza del momento.

Los programas registrados o diferidos son aquéllos que---  
se graban antes de ser transmitidos y tienen como principal cua---  
lidad el poder ser retocados y mucho más cuidados que los del---  
primer grupo.

Según Pablo Stone "en televisión, después de muchas ---  
pruebas y experiencias, se ha llegado a clasificar los progra---  
mas en tres clases: a) Los programas no dramáticos; b) Los pro---  
gramas dramáticos y; c) Los programas musicales".(8)

a) Los programas no dramáticos.- Son casi siempre fáci---  
les y baratos, suelen presentarse a menudo en formas de colo---  
quios, charlas, noticiarios, etc. Sus finalidades son desper---  
tar la ilusión de que la acción tiene lugar fuera del estudio,---  
en cualquier época pasada o futura. Hay muchos programas no --  
dramáticos entre ellos están los siguientes:

- De actos públicos.- Son acontecimientos de la vida pú---  
blica de las ciudades, que despiertan en la población gran inte---  
rés.

- De deportes.- Programas de todos aquellos deportes -- que atraen la atención de gran número de telespectadores.

- De actualidad.- Principalmente trata de noticias y cómo presentarlas.

- De entrevista.- Generalmente se hace de personajes famosos y este tipo de programa depende en gran medida del entrevistador y de la forma en que interroga al entrevistado.

- De coloquio o discusiones.- Programas cuyo propósito es crear controversias entre el auditorio.

- De preguntas y respuestas.- Entre este grupo se en---cuentran los programas de concurso y también los de entrevista del ciudadano común.

- Femeninos.- Aquéllos en los que se dan consejos de moda, recetas de cocina, decoración, gimnasia, etc.

- Infantiles.- Todos aquellos programas dirigidos a los niños, pueden ser cómicos, dibujos animados, cuentos, etc.

- Educativos.- Todos aquéllos relativos a la enseñanza, difícilmente se puede decir que se ha encontrado una fórmula -- adecuada a este tipo de programas.

- Religiosos.- Básicamente se hacen cintas con temas religiosos, en algunos países se transmiten ritos religiosos por televisión.

b) Los programas dramáticos.- Son los más difíciles desde el punto de vista técnico y también los más caros de producir, son también los que gozan de mayores audiencias. A este--género pertenecen los seriales episódicos o telenovelas, las co

medias costumbristas, las adaptaciones literarias, etc. En general podemos decir, que el grueso de la producción de la televisión en el mundo occidental, está dirigido a este género por ser el que despierta un gran interés en la mayoría de los públicos.

c) Los programas musicales.- Dentro de este grupo se encuentran los programas de variedades, las comedias musicales, la revista, el ballet, la ópera, etc.

La clasificación antes mencionada, dejaría un tipo de programa sin entrar en el cuadro general de P. Stone. La comedia o programa cómico que estaría dentro del grupo de programas no dramáticos y ser parte, en ocasiones, de los programas infantiles.

Así hacemos notar que dentro de cada grupo se pueden encontrar varios tipos de programas y muchas veces un programa -- puede pertenecer a varios grupos o subgrupos. Por ejemplo; un programa puede ser seriado, musical, cómico e infantil.

### 3.3 Elementos para la producción de un programa de televisión

La producción de un programa de televisión en México se divide en tres etapas en las que intervienen varios elementos y son: preproducción, grabación y postproducción.

Las dos primeras las llevan todos los programas incluyendo aquéllos llamados de emisión directa o "en vivo", ya que al mismo tiempo que se transmiten se graban para conservarlos como archivo, o para una futura repetición.

En nuestro país una gran parte de la producción es de emisión diferida ya que este tipo de programas permiten un mayor cuidado, pues al grabar, si algo no sale bien o al entero gusto del director, puede ser repetido.

La preproducción de un programa parte de una idea generada por un productor, escritor o en ocasiones hasta de una empresa determinada. Lo importante es que de ella el productor pedirá la realización de un libreto. Hecho éste, se elabora un presupuesto en el que se tendrán que tomar en cuenta los costos de cada una de las áreas que intervendrán en la realización de dicho programa. Para esto se solicitará un proyecto escenográfico, de ambientación, incluyendo costos de ambas áreas así como diseños de vestuario y maquillaje. También se solicitarán todos los elementos técnicos necesarios tales como: el tipo de iluminación, efectos especiales, musicalización, etc. En esta etapa se elabora la lista del elenco artístico y su contratación.

Cada área iniciará sus propios trabajos, pues se componen de diferentes elementos, un ejemplo será el departamento de vestuario que manejará para cada programa a uno o varios diseña

dores, cortadores, costureras, guardarropas, responsables de grabación, etc.

La grabación es la fase en la que todos los elementos preparados en la preproducción se reúnen para que por medio del equipo técnico todo quede plasmado en una o varias cintas de videotape. Cuando el programa es de emisión diferida puede ser grabado en uno o varios días, en varios sets (tipos de escenarios) y locaciones; todo dependerá de las necesidades específicas de una producción determinada.

La postproducción es en realidad la edición electrónica que puede ser tan sencilla como la unión de una escena con otra de máquina de videotape a máquina o puede ser tan complicada como hacer una animación por computadora o poner una serie de efectos computarizados también, etc. En esta fase se corrigen las fallas de audio del programa a veces haciendo doblajes o simplemente se ponen efectos de sonido para dar mayor realidad a una escena; de esta manera en la postproducción se arma y revisa cuidadosamente el programa pasando por un estricto control de calidad.

Para hablar de todos los elementos que se requieren para hacer un programa de televisión tomamos una clasificación del manual de la BBC de Londres; éste da cinco ingredientes principales de un programa de T.V.<sup>(9)</sup> y son:

1) Ideas.- Dan origen al libreto y éste prácticamente-- a todo el programa, un productor no puede realizar un buen trabajo sin un concepto detrás de él.

2) Artistas.- Todos aquéllos que salen en pantalla locutores, cantantes, conductores, actores, etc.

3) Equipo técnico.- Que incluye:

- Cámaras.- Generalmente los estudios de televisión en nuestro país tienen tres cámaras, para poder grabar debe haber mínimo una. Para grabaciones en exterior se usan una o dos cámaras salvo en eventos deportivos como el fútbol que requieren más por el tamaño de las canchas.

- Luces.- Las cámaras de televisión requieren de luz para poder registrar imágenes, dependiendo de las necesidades de cada programa se escogen el tipo y cantidad de luz que se pondrá. Sin dejar de poner el límite necesario para que la cámara "vea".

- Micrófonos.- Se utilizan para captar el sonido.

- Escenario.- Puede ser una pared, un set, un ciclorama o en locación cualquier paisaje. Actualmente se puede cambiar de escenario de un programa ya grabado por medios electrónicos.

- Comunicación.- Control técnico hacia aquellos que trabajan en el estudio.

- Monitor.- Para observar las imágenes que se logran -- con los elementos antes mencionados, normalmente en una cabina -- hay un monitor por cada cámara, además del monitor que muestra -- la imagen que se está grabando.

- Galerías de control.- Conocidas como cabinas y son el lugar donde se encuentran los equipos técnicos de mezcla de imágenes o switcher, el de mezcla de sonidos conocido como consola de audio, los controles de luz o consola de iluminación y los -- controles de las cámaras.

4) Equipo de producción.- Está formado por las personas que finalmente logran que el programa salga al aire.

El sistema de producción varía de empresa a empresa, -- sin embargo, existen elementos comunes a todas y son:

- Productor.- Persona(s) que generan una idea, contra -- tan talento artístico, incluyendo escritores, adaptadores, di -- rectores de cámara y escena. Es responsabilidad de ellos lo -- grabar el producto final. Así como controlar los gastos que ese -- programa generará. El productor cuenta a su vez con un equipo -- de personas que lo ayudarán y que él mismo elige.

- Servicios de programación.- Parte que distribuye los servicios que ofrece una estación de televisión tales como diseño gráfico, diseño de vestuario, programación de estudios y/o--locaciones, servicios de cintas para grabar, etc.

- Operaciones técnicas.- En México se entiende como operación técnica en T.V. a toda aquella actividad que interviene directamente en la realización de un programa. Por lo que todo el personal que realiza este tipo de actividad es personal técnico que sería desde la maquillista hasta el camarógrafo o el operador de la computadora de efectos especiales.

- Ingeniería.- Son los elementos encargados de las instalaciones de una estación productora, también se encargan de diseñar la iluminación, el audio y hasta la instalación de equipos nuevos. Cada área tiene un ingeniero especializado y normalmente hay un director técnico para asesoría de todas estas áreas.

5) Espectador.- Es a quien le llega el producto y quien decide al final si el esfuerzo de toda esa producción valió la pena. El que un programa determinado guste al auditorio provoca que se produzcan más programas de ese tipo.

A grandes rasgos lo expuesto anteriormente tiene como propósito mostrar tanto la historia como los elementos para hacer un programa de televisión en nuestro país. Dentro de estos

elementos se encuentra el maquillaje que trataremos en el siguiente capítulo.

Todos los elementos de un programa de televisión forman una cadena y cuando algo falla tal vez el público no sepa qué fue pero sí dirá que algo estuvo mal, en televisión siempre se deberá de trabajar en equipo y en estrecha relación con los demás ya que este trabajo depende también de ellos.

## Notas Bibliográficas:

- 1) Mejía Prieto Jorge. Historia de la Radio y Televisión en México.  
Editores Asociados S. de R.L. México. 1972.  
pp. 177.
- 2) Ibid. pp. 190.
- 3) Ibid. pp. 195.
- 4) Autores varios, Enciclopedia de México.  
Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V. México. 1977.  
Tomo IV. pp. 99.
- 5) Stone Pablo. La Televisión.  
Editorial Olimpo. México. 1981.  
pp. 59.
- 6) Autores varios. Televisa Quinto Poder.  
Editorial Claves Latinoamericanas, S.A. de C.V. México. 1985.  
pp. 191.
- 7) Stone Pablo. La Televisión.  
Editorial Olimpo. México. 1981.  
pp. 63.
- 8) Ibid. pp. 70.
- 9) Staff of BBC. Televisión Training.  
BBC. Londres Inglaterra. 1976.  
pp. 1,2,3.

CAPITULO IV

" MAQUILLAJE "

#### 4.1 Definiciones

Maquillaje.- "Acción y efecto de maquillar o maquillarse". (1)

Maquillar.- "Componer de afeites el rostro para embellecerlo o pintarlo para obtener en el teatro o en el cine determinada caracterización". (2) "Del francés "maquillar", del antiguo francés "mascurer" y éste del árabe "masjara", máscara". (3)

#### 4.2 Antecedentes históricos

El estudio del maquillaje y del peinado en el mundo occidental, es tomado como base para el desarrollo del tema "El maquillaje en la televisión". Se tocarán en algunos casos países o pueblos orientales únicamente en cuanto a proveedores de materiales para la elaboración de cosméticos o los cosméticos mismos, desarrollados por ellos ya que sus estilos de maquillaje no tienen injerencia en nuestro estudio.

Corson, investigador inglés de la historia del peinado hace una clasificación de estilos en cuatro grupos y cuatro subgrupos (4):

A la Moda.- "Standar para clasificar a los demás grupos, su característica es ser establecido por una minoría y seguido por una basta mayoría. Esto expuesto por los líderes de la mo-

da".

Conservador.- "Se apega al estilo anterior pero de una manera más sencilla y seria; es estilo que se convierte en clásico.

Individual.- "En éste, las personas rehusan copiar la moda y usan el estilo que creen más conveniente".

Excéntrico.- "Se basa en el gusto individual, en la necesidad de ser diferente, de ser notado; en algunos casos este estilo se convierte en moda cuando es usado por una persona de gran influencia social. Es la exageración del individual".

Los cuatro grupos dan origen a cuatro subgrupos que son la combinación de algunos de los primeros: "A la moda- Excéntrico", "Individual-Excéntrico", "A la moda- Conservador" e "Individual- Conservador", el caso de las otras combinaciones no se presentan, ya que los grupos son opuestos.

La razón por la que incluimos esta clasificación es --- aclarar que en nuestro estudio trataremos únicamente un grupo y un subgrupo, que son los más representativos de la historia: -- "A la Moda" y "Conservador- A la Moda".

Las distintas formas de usar un maquillaje y un peinado en la evolución de la humanidad han sido afectadas por varios--

factores entre ellos: el clima, las costumbres culturales, las creencias religiosas, las enfermedades, los sucesos políticos y económicos, por los personajes importantes de cada época; artistas, políticos, reyes, cortesanas, etc.

La fórmula para que un estilo sea el predominante en un determinado tiempo ha sido siempre:... "El impuesto por una clase privilegiada que las clases menos favorecidas adoptan hasta que todos lo usan y es cuando la clase privilegiada cambia para conservar su estatus".<sup>(5)</sup>

El uso de cosméticos es muy antiguo, los registros que se conocen hasta la fecha datan de unos 3,200 a 3,500 años A.C. Inclusive existen evidencias en la cultura egipcia de pelucas-- con 10,000 años de antigüedad.

Se sabe por esas evidencias que para el siglo I a.C. -- los egipcios, griegos, romanos y las culturas de medio oriente-- habían desarrollado cosméticos tales como:

- Polvos para blanquear la piel.
- Koho para oscurecer pestañas, párpados y cejas.
- Colorete para mejillas.
- Productos para limpiar dientes.
- Cremas y ungüentos para suavizar y proteger la piel.
- Perfumes y aceites para el baño.

La mayoría de estos productos se obtenían de frutos como las aceitunas y las almendras, además de flores y especies--diversas. Cosméticos similares se utilizaron a lo largo de los siglos y se diferencian muy poco de los que usamos en la actualidad.

Los cosméticos para rostro, los tintes para el cabello, los perfumes y aceites de baño eran comunes en Europa desde el siglo XIII, civilizaciones menos desarrolladas también los utilizaban y su uso era asociado con rituales religiosos.

En el continente africano desarrollaron el arte de estiliar el cabello, mientras que en el asiático desarrollaron una gran cantidad de perfumes.

Los desarrollos técnicos más significativos en los últimos cien años son:

- 1880.- La ampollita.
- Década de los veintes.- Permanentes para rizar el cabello.
- Década de los treintas.- Los shampoos sin jabón.
- Década de los cincuentas.- Colorantes menos peligrosos para el cabello y el fluoruro en pasta de dientes.

#### 4.2.1 Antecedentes históricos en el mundo

De 3200 aC.  
a 400 d.C.

Civilizaciones antiguas.- Se trata de culturas que dejaron grabados en piedra, dibujos, papiros e inclusive momias maquilladas; así como instrumentos con los que se maquillaban o con los que hacían sus cosméticos. Entre éstas están:

Egipcios

Para proteger sus cuerpos usaron aceites, se cree que por razones higiénicas y debido al calor rasuraron sus cabezas hombres y mujeres y sustituyeron el cabello por pelucas.-- Únicamente los sacerdotes y oficiales de alto rango, quienes rasuraban no sólo sus cabezas sino todo su cuerpo no podían usar pelucas. En un principio las pelucas fueron usadas únicamente por las clases de alto rango, cuando la mayoría del pueblo las adoptó, las pelucas de las clases altas se hicieron más elaboradas.

La diferencia básica en el peinado del hombre y el de la mujer fue el largo de las pelucas, el estilo predominante fue raya en medio, cabello trenzado y en recto. (Véanse figuras 1-2).

Tanto el cabello como la barba falsos fueron



Figura 1

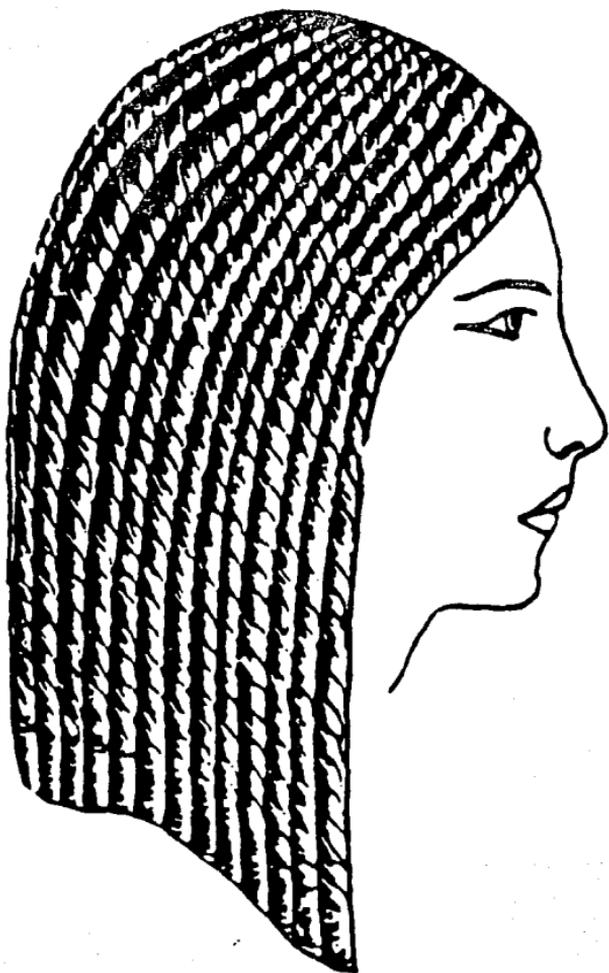


Figura 2

peinados con cera de abeja perfumada por lo que la apariencia del cabello era dura y el objetivo tanto de pelucas como de barbas era decorativo e indicador de rangos.

En cuanto al maquillaje tanto hombres como mujeres usaron cosméticos como: el stibum para los ojos y malaquita como sombra verde -- así como algunas sombras negras. (Malaquita y stibum productos minerales que se usan como base de cosméticos hasta la actualidad).

Las cejas las delinearon con Kohl en negro, las mejillas se coloreaban con azafrán, arcilla roja, o con tierra de barro. Los labios los pintaron con carmín.

Las clases de alto rango utilizaron blanco de plomo para aclarar la piel y marcaban las venas del cuello con azul.

Los dientes tuvieron gran importancia estética y les dieron cuidado especial, llegaron a colocar dientes falsos de hueso o marfil con incrustaciones de oro.

La utilización de estos estilos finalizó a la entrada de la cultura romana. Transformando tanto el maquillaje como el peinado, desapareciendo el uso de pelucas y barbas postizas. Los estilos trataron de imitar en todo a los romanos.

## Asirios

Tanto en el maquillaje como en los peinados los estilos utilizados por este pueblo fueron muy similares a los de los egipcios. Su única gran diferencia es que utilizaron las barbas como símbolo de rango y era de la siguiente manera:

Reyes y altos oficiales.- Barbas muy elaboradas.

Soldados.- Barba corta; y esclavos.- Cara rasurada.

## Persas

Llevaron los mismos estilos que los pueblos ya mencionados, se diferencian de los egipcios y de los asirios por el largo del cabello y por el uso obligatorio de la barba de cabello natural.

## Antiguos Griegos

Al inicio de esta cultura tanto hombres como mujeres no usaron cosméticos y llevaron el cabello largo y con peinados muy similares.- Posteriormente los hombres usaron el cabello corto y sólo usaron perfumes. Las mujeres dejaron sus cabellos largos y empezaron a maquillarse. (Véanse figuras 3-4). Prefirieron el cabello natural, sumamente ondulado, siempre buscaron el equilibrio por lo que en ninguna etapa registraron exageraciones en-



Figura 3



Figura 4

su arreglo.

En los hombres sólo se permitió el uso de pe-  
lucas en el teatro y el rasurarse la barba--  
no fue bien visto hasta que Alejandro Magno--  
ordenó a sus ejércitos hacerlo para distin-  
guirlos de los persas, por lo que a partir--  
de ese momento sólo los estudiantes y los fi-  
lósofos llevaron barba.

Las mujeres llevaron el cabello ondulado, --  
suelto y sólo era sostenido por un listón,--  
una diadema, o una línea de perlas.

En cuanto al maquillaje se cree que lo usa-  
ron a partir del siglo V a.C. Blanquearon--  
sus rostros con blanco de plomo, oscurecie-  
ron sus cejas con negro, colorearon sus mej-  
illas con tintes vegetales y con rojo de plo-  
mo. Usaron ungüentos para limpiar y suavi-  
zar la piel; los labios los pintaron de car-  
mín.

#### Antiguos Romanos

Se caracterizaron por tener estilos simila-  
res a los griegos.

Los hombres no usaron maquillaje pero sí lu-  
nares falsos, perfumes raros, aceites y un-  
güentos.

Llevaron el cabello corto y hacia adelante--  
algunos lo ondulaban y le ponían polvo de --

oro. (Véase figura 5).

Las pelucas sólo fueron usadas por hombres-- viejos en forma de peluquín o lo que hoy se conoce como bisoñé para cubrir la calvicie. Hasta el año 297 a.C. usaron barba después-- la rasuraron.

Las mujeres dieron especial cuidado a sus de dos y uñas, así como a su piel. Maquillaron sus rostros con harinas de maíz y cebada, -- usaron de sombra para párpados harina de chí charo; sus labios y mejillas las pintaron de rojo.

Durante la república el peinado femenino fue muy sencillo.

Más tarde el cabello se peinaba con raya de-- lado y se restiraba haciendo un moño en la-- nuca. (Véase figura 6).

En esa época las prostitutas debían pintar-- sus cabellos de amarillo o usar pelucas de-- ese color.

Del Siglo V al X En los primeros años y hasta finales de 789, los hombres tatuaron sus piernas y brazos y el único cosmético usado fue el perfume. Las mujeres llevaron los mismos estilos de-- maquillaje que las mujeres romanas; para fi-



Figura 5



Figura 6

nales del siglo IX sólo introducen el teñir el cabello de castaño o aclararlo con lejía, ondulándolo con tenanzas. Colorearon más -- sus mejillas y usaron polvo azul en el cabello. (Véase figura 7).

Del año 500 al 110, la Iglesia influyó en la forma de llevar la barba y el cabello. Juzgando inmoral el cabello largo en los hom--- bres.

Durante toda la Edad Media hubo forcejeo en el uso de la barba o no uso de la misma. -- Llegando a ser causa de excomuni3n el usar-- la barba.

En los siglos IX y X el hombre usó el cabe-- llo corto y no usaron barba ni bigote. (Véa-- se figura 8).

Del Siglo XI al  
XIII

De 1200 y hasta 1270 se dejaron de usar los cosméticos. Para 1300 casi todas las muje-- res pintan sus caras de blanco y usan perfumes. En cuanto a los peinados a principios del siglo XI fueron copias del estilo romano y se diferenciaron sólo en que iban mucho -- más ornamentados.

Posteriormente los estilos son muy sencillos, consistiendo en el uso del cabello muy largo con raya en medio; y una diadema o red que--



Figura 7



Figura 8

lo mantenía en su lugar. (Véase figura 9). A mediados del siglo XII, las trenzas llegaban abajo de las rodillas y eran atadas con listones, poniéndoles ornamentos en las puntas. Después las trenzas fueron enrolladas en la cabeza o sujetadas en forma de moño. Ya en el siglo XIII y a lo largo del mismo, el cabello femenino fue cubierto por velos o tocas, conocidos en Francia como mentonieres. Los estilos masculinos durante el siglo XI fueron sencillos y cortos en cuanto a su cabello; la barba la rasuraron hasta finales de ese siglo.

A principios del siglo XII y a pesar de todas las críticas de la Iglesia, la barba larga y bifurcada se puso de moda, siendo los bigotes largos y puntiagudos. El cabello lo dejan largo cuidándolo con ungüentos especiales.

A mediados de ese mismo siglo Luis VII de Francia para hacer una penitencia, corta su cabello y rasura su barba y bigote. Por lo que a la entrada del siglo XIII la moda fue impuesta por este rey.

Durante el siglo XIII el hombre empieza a enchinar su cabello y a usar flecos. (Véase figura 10).



figura 9



Figura 10

## Siglo XIV

Los hombres no usaron ningún cosmético. Se volvió al cabello largo y al uso de la barba. (Ver figura 11).

A mediados del siglo aparece a nivel popular el jabón, haciendo el rasurado más fácil, esto desapareció nuevamente el uso de la barba. Las mujeres siguen maquillándose con blanco, usan rubor y empiezan a depilar sus cejas y línea del cabello de la frente.

Las trenzas siguen usándose y en algunos estilos empiezan a poner rellenos con el cabello para dar más volumen. Usan tintes y plumas para adornar su peinado. (Véase figura-- 12).

Después de 1320 la mujer rasuró sus cejas y sus sienes. También pinta sus mejillas y labios de rojo y comienza el uso del papel español como rubor. (Papel español.- papel parecido al de china que al humedecerlo pinta del color que sea el mismo).

## Siglo XV

En este siglo los estilos fueron influenciados por las familias italianas, los Sforzas, Gonzagas y principalmente los Médicis.

A principios de siglo la moda masculina fue impuesta por Enrique V de Inglaterra, quien llevaba el cabello corto alrededor de la ca-

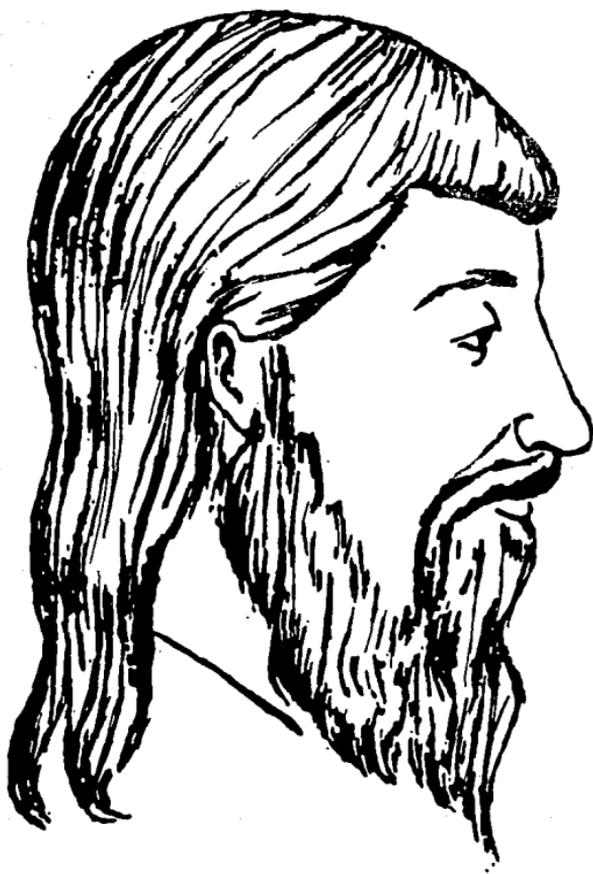


Figura 11



Figura 12

beza, esto fue llamado corte de bola. Posteriormente y por la influencia italiana el cabello en los hombres se deja crecer hasta -- los hombros. Y en Francia Luis XI impone la moda de los rizos largos. (Véase figura 13). En este siglo el hombre se tiñó el cabello. Las mujeres llevaron peinados y maquillajes-- muy sencillos, el rasgo más representativo-- de la época era el ornamento en el cabello.- (Véase figura 14).

La mujer casada debía llevar el cabello oculto en tocados y redes, las mujeres solteras-- llevaron trenzas. Otro rasgo importante de-- la época fue el decolorado del cabello, la-- moda fue el cabello rubio, básicamente en -- las clases altas.

Los estilos más exagerados se encontraron en Italia.

## Siglo XVI

Siglo marcado por tres personajes históricos, Enrique VIII e Isabel I de Inglaterra y Francisco I de Francia.

Los hombres usaron perfumes, mascarillas de-- noche a base de aceites, pomadas para la cara y manos; pinturas y lunares artificiales. En cuanto al cabello en el año de 1580 se depilaron cejas y barbas para formar líneas --



Figura 13



Figura 14

muy delgadas.

En Francia continúa la moda del cabello largo hasta 1520, en el que Francisco I sufre un accidente por el que se corta el cabello y las barbas siguiéndolo toda su corte en este estilo.

Enrique VIII, quien llevaba el cabello largo, decide copiar el estilo de Francisco I cortándolo igual lanzando un edicto en 1535, en el que todo el pueblo inglés debe de usar el cabello corto y dejar de rasurarse. Así Enrique VIII fue el promotor del uso de la barba que durante todo el siglo fue corta, polveada, teñida, siendo el rojo el color preferido, y perfumada. (Véase figura 15).

Las mujeres usaron perfumes y fragancias secas colocadas en pequeños sacos de seda que ponían entre sus ropas; también usaron cosméticos a veces de colores muy exagerados. La reina Isabel I de Inglaterra impulsó maquillar la cara, el cuello y el busto de blanco y el bermellón para las mejillas.

En cuanto al peinado a principios de siglo empiezan a usar el cabello suelto, con raya en medio, también chonguillos, enrollados con listones.

Las clases bajas siguieron usando redes.



Figura 15

A mediados del siglo se recogió el cabello-- y ya para el último cuarto del mismo comienzan a dar volumen a la parte delantera de -- los chongos con pequeños cojincillos, así como el uso de pelucas sumamente rígidas se puso de gran moda este estilo impuesto por Isabel I de Inglaterra. (Véase figura 16).

Se enfatiza el uso del cabello rubio muy amarillo imitando el color natural de la reina- Isabel, por lo que hacia 1589 se registran-- muertes por uso de decolorantes tóxicos. Esto promovió más el uso de pelucas pues el cabello femenino se caía y maltrataba con las- decoloraciones.

Las mujeres venecianas en este siglo usaron- belladona para dilatar sus pupilas y abri--- llantar los ojos, para verse más atractivas.

## Siglo XVII

Este siglo fue el del cambio dramático en -- los estilos masculinos. Los hombres empeza- ron a usar pelucas, se maquillaron, pusieron lunares falsos, enchinaron sus cabelleras -- con tenazas y usaron una gran variedad de -- perfumes.

En 1610 Jaime I de Inglaterra y Luis XIII de Francia promovieron el cabello largo y ondu- lado, así como el desuso de la barba.



Figura 16

En 1624 Luis XIII empieza a usar pelucas para ocultar la pérdida de su cabello, imponiendo una nueva moda.

A mediados de siglo la moda masculina consistía en el uso de peluca larga y ondulada, bigote y barba corta peinados con cera. (Véase figura 17).

En 1680 Luis XIV de Francia se rasura el bigote e influye en la moda de tal manera que éste desaparece, no volviéndose a usar en todo el mundo hasta el siglo XIX.

Conforme transcurre el siglo las pelucas se hicieron más largas y voluminosas, convirtiéndose en barrera de clases.

En la última parte del siglo los hombres de clase alta pintaron sus rostros de blanco y los labios de colores naturales; usaron lunares falsos que después se convirtieron en parches, en forma de estrellas, medias lunas, rectángulos, etc. El uso de los parches se debió a la necesidad de tapar las cicatrices del rostro provocadas por múltiples enfermedades e infecciones cutáneas que hubo en esa época debido al alto contenido de plomo en las pinturas que usaron para maquillarse.

Las pelucas a principios de siglo fueron en general de color negro, para finales de si-



Figura 17

glo fueron usadas de color blanco.

La mujer en este siglo simplificó su arreglo comparado con el del hombre, usó el papel español como rubor y el blanco de plomo como maquillaje.

La mujer de clase alta se puso rubor en tonos de rosa y la mujer del pueblo en tonos ocre. Las cejas las oscurecieron con colores negro o café; los párpados fueron pintados en azul, café o gris concentrando el color en la línea de las pestañas.

Como los hombres en la última parte del siglo, las mujeres usaron lunares y posteriormente parches, que fueron de color rojo o negro. Otros cosméticos que usaron en esa época fueron la harina de trigo, el polvo de arroz, el azogue y el bismuto, así como perfumes muy aromáticos.

En cuanto al peinado como en el siglo anterior se usan pelucas peinando la parte delantera enrollada y la parte trasera recogida en una red. (Figura 18).

Los polvos en el cabello se usaron y los colores fueron rubio y rojo.

A final de siglo los chongos se ponen de moda.



Figura 18

## Siglo XVIII

En este siglo el uso de pinturas y parches-- se incrementa. El maquillaje se vuelve llamativo y exagerado, llegando al extremo de usar esmalte blanco o engrudo para blanquear la cara.

En esta época gran parte de la población europea empieza a tener serios problemas de intoxicación por el plomo, sin saber la razón de sus enfermedades llegando éstas a causar la muerte a varias personas.

Tanto hombres como mujeres exageraron también en el uso del rubor.

En 1789 Napoleón introduce la costumbre del baño diario recalcando la limpieza; el cuarto de baño en cada habitación y las féculas aromáticas para después del baño.

La característica principal de la moda masculina fue el hecho de que no se usó barba durante todo el siglo y prácticamente el uso de pelucas casi durante los tres cuartos del mismo, continuó.

En 1760 Jorge III de Inglaterra usaba su pelo pero peinado de tal forma para que pareciera peluca esto por razones económicas, ya que el negocio de la peluquería daba grandes ganancias al reino, por lo que el rey ordenó que toda su servidumbre las usara generando-

con esto el uso de pelucas en toda Inglaterra y a todos los niveles socio-económicos. En 1717 las pelucas fueron largas y voluminosas; para la tercera década del siglo se acortan dejando larga sólo una coleta. (Figuras 19 y 20).

Se sigue usando polvo en las pelucas que en un principio fue de harina de trigo pero debido a varios problemas surgidos por el descontento del pueblo, pues en lugar de usarla harina para hacer pan los aristócratas la usaban para sus cabelleras. En 1715 sustituyen la harina por tierra blanca o una mezcla de almidón y yeso; este polvo fue usado en varios colores como el blanco, gris, rosa, azul, verde, etc.

Con la revolución francesa termina en ese país el uso de pelucas y del polvo, influenciando la moda mundial. Así la vuelta al cabello natural se dio paulatinamente debido a que todas las cabezas estaban rasuradas, por lo que primero dejaron crecer sus cabellos y los taparon con medias pelucas y peluquines; cuando el largo del cabello fue suficiente dejaron definitivamente los postizos. Para 1790 el cabello se usó natural y muy corto, sólo los militares conservaron el uso



Figura 19



Figura 20

de pequeñas coletas.

En cuanto al maquillaje masculino, a principios de siglo el hombre usa pinturas y cosméticos, que para la segunda parte del mismo - llegó a su máxima exageración maquillándose más que las mujeres.

En 1790 también desaparece el maquillaje masculino, así como el uso de parches y lunares falsos.

En cuanto a la moda femenina, a la entrada del siglo las mujeres usaron peinados muy -- elaborados y usualmente el cabello polveado. (Figura 21).

En 1720 el énfasis del peinado empieza a hacerse en la parte trasera de la cabeza.

Durante el reinado de Luis XV de Francia el estilo femenino fue impuesto por Madame Pompadour y fue un estilo sencillo y elegante.

Sin embargo los peinados fueron subiendo poco a poco, por lo que tuvieron que usar primero rellenos de lana y de otros materiales y después recurrieron a las pelucas.

En 1765 surgen los hoy llamados estilistas y se funda la primera escuela de peinaoadores en Francia.

Diez años más tarde y con la colaboración de peinaoadores y pelucas el peinado femenino ---



Figura 21

pierde toda proporción tomando las cabezas--  
formas de enormes huevos. (Figura 22).

En 1777 la moda llega a tal extremo que cada  
peinado debía llevar un nombre y con el mis-  
mo, adornos adecuados. Estos adornos fueron  
desde vegetales de tamaño natural hasta mari-  
posas, plumas y pequeños pájaros.

En 1790 los grandes chongos desaparecen y to-  
man su lugar grandes chinos. El uso del pol-  
vo decae y la revolución francesa trae el --  
cambio en todos los estilos, uno muy caracte-  
rístico de la época fue el llamado "víctima",  
en el que el cabello se peinaba en forma de-  
sordenada dejando el cuello visible pues se  
colocaba alrededor del mismo una cinta roja--  
simulando sangre.

En los últimos años del siglo el cabello tra-  
tó de peinarse siguiendo la forma natural de  
la cabeza y se volvió a los estilos clásicos.  
El maquillaje femenino para 1775 fue muy exa-  
gerado, pusieron como base o maquillaje es--  
malte blanco, y colorete en forma de triángu-  
lo o semicírculo en las mejillas; las cejas--  
las oscurecieron con café o negro.

Maria Antonieta de Francia empieza a promo-  
ver el maquillaje menos exagerado; después--  
desde 1789 y hasta 1813 sólo se usa polvo y-



Figura 22

algo de rubor dejando atrás todas las exageraciones.

A finales de siglo aparece la revista "Vogue" en Francia que empieza a marcar la moda mundial proclamando el uso del maquillaje natural.

## Siglo XIX

Desaparecen los colores fuertes y se busca la belleza natural. Se inventa el rimel para las pestañas y el maquillaje compacto, se cambia el polvo por otros productos.

Los estilos en el peinado masculino a partir de 1804 se guían por los estilos griegos y romanos.

Así el cabello se peinaba de la corona hacia todas direcciones y seguía la forma de la cabeza, el pelo lacio fue muy usado.

Gradualmente se fue adoptando la raya de lado, y para 1830, el cabello fue usado más largo y para mantenerlo en su lugar le pusieron aceites perfumados.

En 1810 se empiezan a usar las patillas en forma diagonal a la mejilla, gradualmente se van ensanchando y alargándose. Para finales de 1830 ya se usaban unidas en la punta de la barba.

En 1838 se pone de moda el bigote en toda

Europa.

En 1840 el cabello se usaba con raya de lado peinando el copete cepillado al frente, doblando la punta suavemente. El cabello detrás fue más largo abultándose en la nuca. (Véase figura 23).

Las patillas fueron las que distinguieron a este siglo y se les dieron nombres y clasificaciones por estilos, debido a la gran variedad de tipos de patilla que se usaron.

En 1890 las patillas usadas por Napoleón III conocidas como tipo imperio son las más populares entre los caballeros.

Para finales de siglo el peinado masculino varía sólo en que la raya se usa al centro y el cabello es más corto.

Desde 1814 el hombre había dejado definitivamente de maquillarse.

En cuanto a la mujer a principios de siglo continúa usando estilos clásicos romanos y griegos en su peinado.

Para la segunda década del siglo el peinado femenino consiste en línea al centro suavizada por rizos y adornado con líneas de perlas, listones o bandas. (Véase figura 24).

Los colores de moda en el cabello fueron el negro y el castaño oscuro.



Figura 25



Figura 24

Entre 1850 y 1860 el largo del cabello toma gran importancia y las trenzas se vuelven populares.

Se empiezan a usar postizos para noche, únicamente en forma de chongos abultados que se colocaban muy abajo de la nuca. También --- vuelve el polvo pero sólo para la noche, las clases altas usaron polvo de oro y plata en sus cabellos.

En 1870 el cabello rubio es establecido como favorito por lo que las mujeres empiezan a - decolorarse los cabellos y a usar grandes -- diademas que en muchas ocasiones además de-- ornamentar cubrieron las raíces más oscuras-- del cabello.

En ese mismo año pasan los rizos, los chon-- gos son más altos y se empiezan a desechar-- los postizos.

A finales de siglo el cabello se usa ondula-- do y suelto alrededor de la cabeza y chongos muy sencillos en la parte de atrás. (Véase-- figura 25).

En cuanto al maquillaje, labios y mejillas-- se pintaron de rosa, como sombra usaron el-- papel chino de color verde que era muy simi-- lar al antes usado papel español.

En 1828 se publica un escrito "El Arte de la



Figura 25

Belleza" en el cual se recalca que, el maqui  
llaje debe aplicarse con arte y que el color  
rojo quede descartado de las mujeres decen-  
tes.

La reina Victoria de Inglaterra impone la mo  
da, llamada de "la belleza natural" dejándo-  
se el uso del maquillaje y lo sustituye por-  
cremas, lociones y polvos para la cara.

Después el polvo se sustituye por telas moja  
das en vino tinto para dar rubor natural a--  
las mejillas y usan un poco de yeso para ---  
blanquear la cara.

En 1860 revive el maquillaje así las cejas--  
las pintaron muy marcadas en forma curva y--  
en colores oscuros; el rubor se vuelve a ---  
usar.

La reina Eugenia de Francia introduce el ri-  
mel para las pestañas, y a partir de que lo-  
hace no desaparece de la moda y se conserva-  
hasta nuestros días.

En 1870 Charles Mayer inventor alemán, produ  
ce el primer maquillaje compacto, que única-  
mente fue usado para teatro.

Tanto el invento del rimel como el del maqui  
llaje compacto trajeron un gran desarrollo a  
la cosmetología moderna, tanto que a finales  
del siglo todas las tiendas estaban repletas

de material para maquillarse.

El lápiz labial no fue bien visto por lo que sólo usaron cremas o brillos. El de color-- se usó únicamente para teatro.

## Siglo XX

Es el siglo de los cambios, del surgimiento de industrias gigantescas de belleza y con-- ellas múltiples productos.

La influencia del cine y la televisión en es te siglo se vuelve definitiva. Surgen infi-- nidad de publicaciones especializadas y el-- maquillaje profesional se establece y define. También la moda es influenciada como en otras épocas por los hechos políticos, económicos-- y sociales.

## De 1900 a 1909

Para los hombres fue el último periodo de la historia de estilos exagerados en el peinado. En 1908 surgen en todo el mundo infinidad de colonias masculinas; se usó en ese mismo año que en las barberías pusieran a los hombres-- muy pálidos algo de rubor y labial, también-- oscurecieron las cejas y polvearon la nariz. Tanto los bigotes como el cabello fueron te-- ñidos.

Las mujeres usaron ondas en el cabello el -- frente lo llevaron tres rizos crizados, o di

vidido al lado o al centro; en caso de llevar raya, ésta era suavizada por rizos. (Véase figura 26).

París es el centro de la moda mundial y empieza a promover cambios en el peinado. Primero la raya se marcó y restiraron el cabello poniendo peinetas y a partir de éstas los rizos se fueron alargando y adornaron con rosas pequeñas, ramitos de violetas, o cualquier tipo de flor el cabello.

El cabello blanco y gris se pone de moda por lo que muchas mujeres decoloraron sus cabellos.

En 1904 la Nestlé saca al mercado en Inglaterra un permanente menos dañino.

Para 1908 el cabello tiende a verse más suave y natural adecuado a la forma de la cabeza, se usaron moños y los colores fueron combinados, rosa y gris, blanco y azul, oro y plata. Estos eran colocados en la parte alta de la cabeza a un lado.

En esta década la mujer no se maquilló, únicamente usó fécula de maíz.

De 1910 a 1919

El hombre usa el cabello muy corto, el bigote pequeño y por motivos higiénicos no usó barba.



Figura 26

En la mujer el peinado buscó la proporción--real de la cabeza, el grueso del cabello se va para atrás y sube a la corona. Para 1916 se peinaron con ondas muy suaves hoy llama--das "ondas de agua" adornando el cabello con broches en forma de hojas, broches de pie---dras preciosas o de fantasía. (Véase figura-27).

Después de la primera guerra mundial algunas mujeres comienzan a cortar sus cabellos.

En cuanto al maquillaje femenino empiezan a-usarse cosméticos a partir de 1910. Por primera vez el propósito del maquillaje es dar-vida y buscar el encanto natural de cada rostro.

En 1914 se usan colores naturales y suaves;- la moda sigue siendo impuesta por Francia. Surge el estilo "Vamp" sacado del maquillaje de las películas que influirá en la siguien-te década. Se ponen de moda los salones de-belleza, convirtiéndose en una necesidad pa-rra las mujeres.

De 1920 a 1929

En estos años el hombre peinó su cabello de-jando la parte superior larga y la parte trasera corta y el copete con raya de lado (Véase figura 28).



Figura 27



Figura 28

En 1922 surge el estilo que caracterizó los años veintes que fue el lustre en el cabello, impuesto por estrellas de cine como Rodolfo Valentino y Jorge Raft.

El hombre también usó permanentes y bigotes de varios estilos.

En cuanto a la mujer la característica principal de la década es el uso de la raya en todo tipo de posiciones pero siempre bien de finida.

Adornaron el cuello con el cabello, y el penado siempre debía dar una silueta al cuello con chongos, dos rizos, etc.

Se reviven las pelucas y la mujer empieza a cortar su cabello, el estilo se llamó "bob", y para 1925 se define este corte como algo que llegó para quedarse y como la liberación femenina.

El corte tipo "bob" se esparce por todo el mundo creándose varios estilos del mismo como el orquídea, el bob en forma de coco, el moana, etc.

En 1928 surge la "bob larga" que se consideró la vuelta a la feminidad, pero debido a que muchas mujeres tenían el cabello corto empezaron a usar medias pelucas con el estilo antes mencionado. (Véase figura 29).



Figura 29

En cuanto al maquillaje las mujeres pintaron sus labios, cejas y pestañas. Usaron polvos, rubores, lápices labiales, cremas, astringentes, mascarillas y gran cantidad de cosméticos y perfumes de una manera exagerada, esto se debió a que la creciente industria de cosméticos cada día sacaba algo nuevo.

Los colores de moda fueron el geranio y el frambuesa, usando como base de maquillaje el blanco.

En 1927 empiezan a usar sombras y delinearon sus ojos; la boca la maquillaron en forma de capullo de rosa, esta forma también se llamó de corazón.

Desde 1925 había estado de moda la llamada "Apariencia pensativa" cuyas características eran: Cejas totalmente depiladas, delineadas con una raya; uso de sombras y pintura en los labios muy fuerte, delineados en forma de capullo. Pero hasta 1927 se hace popular. Para finales de la década los tonos bronceados salen al mercado; así como los naranjas para los labios y para rubor. Las sombras se usaron pegadas a las pestañas, siendo de color café para el día y azul para la noche.

De 1930 a 1939

El hombre llevó el cabello corto y permitió-

la caída natural del mismo ya no se aplastó como en la década anterior. (Véase figura -- 30).

En la mujer el cabello corto se sigue usando por motivos prácticos. En 1930 modifican el "bob" llevándolo un poco más largo y rizado; usando para la noche chongos falsos o en ocasiones pelucas completas para dar efecto de cambio.

Los treinta reviven las ondas y los rizos, las redes toman gran auge; las rayas continúan usándose y se permite cualquier largo que pase de cinco pulgadas. Para 1939 la atención se encuentra en la parte superior del peinado.

En cuanto al maquillaje el frambuesa vuelve como labial y desaparece la boca de corazón. Hollywood impone la moda, se alargan las bocas, las uñas se pintan de colores oro, plata, verde, azul, violeta y hasta negro por primera vez en la historia pues antes sólo se pintaban de rosa y con brillos naturales.

De 1940 a 1949

Lo más característico de la moda en el peinado masculino es que todos los hombres se ondularon el cabello y usaron peinados de tal forma que se vieran naturales. (Véase --



Figura 50

figura 31).

En los estilos femeninos sigue la influencia de Hollywood y en 1941 Verónica Lake impone un nuevo estilo que fue el cabello largo, lacio y sólo ondulado en la punta; de color rubio.

Se siguen usando las pelucas pues la mayoría de las mujeres, llevan su cabello corto alrededor de la cabeza y sumamente ondulado en el día, y para la noche así como para cambiar de estilo su principal recurso fueron las pelucas.

En 1945 el cabello se estira amarrándose formando un chonguillo, algunas mujeres usan fleco, otras usan ondas, o también los rollos tipo "coker-spaniel". (Véase figura 32). En 1948 se ponen de moda las luces y empieza a transformarse el peinado, se suavizan las ondas y los rollos y las puntas del cabello se peinan para arriba o para abajo.

En cuanto al maquillaje disminuye, sólo la boca se pinta exageradamente. El rubor y la base se dejan de usar hasta 1947 que surge el maquillaje a base de agua y el de crema que por ser algo nuevo comienzan a ser usados exageradamente.



Figura 31



Figura 32

De 1950 a 1959

Surgen los peinados tipo Elvis Presley así-- como los tipo César para la moda masculina.

En 1954 la publicidad promueve el uso del bigote.

En 1956 empiezan a usar bisoñés o peluquines los hombres que perdían el cabello, el uso-- de los mismos fue promovido por varios actores de cine y televisión.

En los estilos femeninos los años cincuentas trajeron el cabello largo, corto, los tintes, los postizos y eventualmente las pelucas.

En 1950 las posibilidades de tinte en shampoo decolorado, tinte directo, etc., son ilimitadas por lo que las mujeres experimentaron tiñendo su cabello desde rojo hasta verde o---rosa; o del color de la ropa pues también --usaron tintes que se caían a la lavada. Las luces y rayos siguen en boga y llegan a usar los color oro y plata.

En 1953 el estilo italiano, corte en capas-- con patilla y flequillo, siendo el largo trasero a la altura de la nuca y todo el cabe--llo ligeramente ondulado; fue copiado por todas las mujeres de las películas italianas.- (Véase figura 33).

En 1957 las adolescentes copian el estilo -- "Elvis Presley" y un año después Givenchy --



Figura 53

promueve el uso de pelucas y peinados sofisticados.

En esta época los ojos se maquillan muy poco y sólo usaron sombras para noche, las cejas se dejaron naturales formando una línea delgada. En general el maquillaje se mantiene estático y sólo al final de los años cincuenta empiezan a usar en los ojos pestañas postizas y mucho rimel.

De 1960 a 1969

En la moda masculina la atención se va al cabello, el corte a navaja, el tinte el permanente fueron muy comunes.

El corte tipo César fue ganando gran popularidad debido a que fue usado por los integrantes del grupo musical llamado Beatles.

En esta década surge la espuma en aerosol para rasurarse.

A finales de los sesentas vienen grandes cambios en el peinado, barba y bigote pero se establecen hasta la siguiente década.

En la moda femenina es una época de exageraciones en el color y de los grandes peinados con crepé.

En 1960 influye en la moda la película Cleopatra, creando varios estilos llamados egipcios. Por Brigitte Bardot actriz del cine--

francés, y por Jacqueline Kennedy esposa del entonces presidente de los Estados Unidos.

En 1962 a los estilos impuestos por la influencia antes mencionada se les fueron agregando crepé, a tal grado que llegan a poner cabello falso para dar volumen.

En 1963 las pelucas toman gran auge y se usaron de varios colores y estilos.

En 1964 París impone la moda de la media peluca con una banda gruesa color negro que se peinaba hacia abajo, el largo podía variar. (Véase figura 34).

Se siguen usando pestañas postizas, mucho rímel y pintura muy cargada en los ojos el énfasis es en ellos y la boca se pinta de blanco o rosas muy pálidos.

Los colores en las sombras fueron azul y verde agua y se aplicaron bajo las cejas generosamente.

Las cejas se decoloraron para dar más énfasis a los ojos.

De 1970 a 1979

Los hombres usaron la barba, el bigote y el cabello largo descuidados. Esto se empezó a dar con los movimientos pacifistas de finales de los sesentas. Para 1978 empieza a haber cortes en largo pero cuidados, la barba-



Figura 34

desaparece o se recorta y el bigote continúa pero también recortado y con una forma. (Véase figura 35).

En la mujer a principios de los setentas el crepé empieza a desaparecer; la moda es el cabello lacio, largo o semilargo y pesado se lleva aún el estilo egipcio pero sin crepé. (Véase figura 36).

A mediados de la década se empiezan a usar cortes en capas lacios, el pelo restirado con raya o sin ella recogido en un chonguillo a la altura de la nuca, dejando dos rizos sueltos en los lados y el fleco en varios estilos.

El color del cabello tiende a aclararse, los tonos rojizos están de moda y el cabello empieza a ondularse, los peinados con pistola de aire y los permanentes suaves se empiezan a usar.

El maquillaje de los setentas se caracteriza por la combinación artificial de los colores, así se pintan las pestañas de verde, azul, rojo, etc. Se ponen lunares de diferentes colores y formas alrededor de los ojos, en las mejillas ponen dibujos y calcomanías de muñecas y flores, se pintan pestañas en el párpado inferior. Esta moda se da principal



Figura 35



Figura 36

mente en las clases altas y con todas las jóvenes.

En 1972 se programa el uso del color de ---- acuerdo a la estación del año, se dejan las pestañas postizas y se usa delineador en la línea de las pestañas superiores e inferio--res.

En 1974 salen al mercado colores brillantes- y oscuros así como una gran variedad de to--nos.

Para finales de la década surge de una mane- ra definitiva la técnica profesional del ma- quillaje y la teoría de la explotación o --- aprovechamiento de cada rostro con el maqui- llaje, haciendo con esto una gran variedad de estilos.

De 1980 a 1987

En la moda masculina, a la entrada de esta-- década la tendencia es el cabello corto, el bigote va desapareciendo así como la barba. Para 1985 surgen nuevas formas de corte y se vuelve a los peinados de copete largo siendo el demás cabello más corto.

Hay una influencia en todo el mundo del movimiento "punk" estilo en el que se usa el ca- bello parado algunos lados corto y en otros- largo pintado en mechones de varios colores.

Este estilo no se copia fielmente sólo se basan en él para crear estilos como el copete-levantado y engomado, el resto del cabello -corto, salvo una pequeña coleta en la nuca,- que a veces decoloran o pintan de otro color. Este estilo lo llevan los jóvenes y personas involucradas con los medios musicales.

En los últimos años la tendencia es dejar el cabello más largo y volver a los cortes en--capas.

La mujer usa en esta década una infinidad de estilos, se enchina el cabello y el largo es variable, el fleco y las trenzas se ponen de moda.

Para 1986 el cabello empieza a usarse lacio- pero sigue habiendo bases y cortes; el cabel- lo se degrafa y no se usan capas tan mar- cadas como en los años setentas.

Se usa también el cabello parejo, largo, muy corto, lacio u ondulado; la característica-- que más distingue esta década en el peinado- femenino es quizá que el copete se peina con crepé, fijadores, gomas y mousses.

En cuanto al maquillaje hasta 1985 se presenta un cambio pues la ceja que en los seten--tas y principios de los ochentas se usaba --delgada y curva, en ese año se deja natural-

y más bien gruesa, también se oscurece para darle volumen.

La base tiende a aclararse siendo casi blanca, el rubor desaparece; desde 1983 se recomienda usarlo poco. Los labios y los ojos -- se pintan muy naturales sólo con líneas y -- sombras bien difuminadas, se usa poco rimel. En 1987 la tendencia es volver a los sesen-- tas pero menos exagerado, sin pestañas posti zas.

#### 4.2.2 Antecedentes históricos en México

El moderno concepto del maquillaje en el mundo está basado en la seducción, idea que no existía en la América precolombina. El objeto de la cosmetología en esa época era representarse a -- sí mismos como divinidades en la tierra. El maquillaje en esos tiempos podría ser considerado como antiestético en nuestros -- días, ya que sus conceptos de belleza eran radicalmente diferentes a los nuestros.

Bello "era un monstruo decorado con joyas, peinados increíbles y penachos; además pintado, tatuado, mutilado, deformado, -- ocultando su rostro humano tras una máscara de trascendencia di vina".(6)

Su cosmetología es la antítesis de lo prosaico y merece el título de "Cosmetología Cultural".<sup>(7)</sup> La expresión de la belleza forma parte de un concepto mágico religioso, asociado casi siempre con rango y funciones sociales.

Por la razón antes dada, la cosmetología prehispánica aparece mucho más en hombres que en mujeres, exceptuando los matriarcados donde se practicaba el culto a la fertilidad de la tierra.

La llegada de los conquistadores españoles cambió el concepto que se tenía de la belleza. Los primeros españoles que llegaron a América no usaban ningún tipo de maquillaje. La ornamentación y la búsqueda de la belleza radicaba en el vestuario, el peinado y algunas veces en usar perfumes.

Para el siglo XVI se utilizaban mascarillas de aceites, pomadas para la cara y las manos. Los lunares eran parte importante del maquillaje, lo mismo que depilarse las cejas en forma de líneas muy delgadas.

A partir de ese siglo el tipo de maquillaje que se usó en México está basado en la moda europea, especialmente en la francesa.

Así, durante el siglo XVI el maquillaje está orientado a hacer parecer la piel lo más blanca posible. Para ello, exis-

tían las llamadas aguas de belleza compuestas de azucenas, perlas trituradas, alcanfor, huevos frescos y miel.

Para el siglo XVII continúa esta tendencia hacia la blanca, sólo que enmarcada por algunos lunares postizos, o pequeños parches de seda o de terciopelo engomados, lo que perduró hasta finales del siglo XVIII.

Durante el siglo XVIII los afeites se hicieron de uso cada vez más frecuentes. El maquillaje exagerado no trataba ya de imitar a la naturaleza, consistía en aplicar polvo blanco y redondeles de colorete y encima lunares.

En el siglo XIX se olvida el uso de polvos y de colorete, sólo se usaron mascarillas.

En el siglo XX, en el primer tercio, debido a la influencia europea y estadounidense se estilaba el rostro blanco, destacando las mejillas y los labios pintados de rojo magenta. Moda que se había iniciado desde los años veintes en el ámbito del teatro.

En México durante los años veintes las mujeres de clase humilde o sin recursos para "maquillarse" acostumbraban un ligero pellizco en las mejillas que provocaba el enrojecimiento de las mismas; además remojaban un trozo de papel de china rojo y daban masaje a las mejillas con esto. Después se aplicaban crema,

polvos de arroz, "rosa de guadalupe" o "marlene", los cuales daban tonalidad blanca a toda la cara. Parte de los cosméticos-- usados era también el agua de rosas, el benjui y la glicerina, así como algunas cremas.

Durante los treinta y los cuarenta los polvos, cremas y afeites oscilaron entre dos tendencias de color: el blanco rosado y el blanco-blanco; es decir, dar aspecto de palidez o de rubor muy suave y rosado.

Corresponde al siglo XX, especialmente al llamado "periodo entre dos guerras" la facultad de alterar los rasgos del rostro femenino. Lo que es posible gracias a tres factores que son:

- El perfeccionamiento y difusión de los métodos de los gabinetes de belleza interesados en lanzar y cambiar la moda.
- La independencia económica y la libertad de las mujeres.
- El fenómeno del idolismo; es decir, la imitación de las estrellas de cine.

El cine propició la supresión de vellos, la multiplicación de pestañas con las postizas, y el tapar los poros con gruesas capas de maquillaje. La boca fue transformada de acuerdo con los vaivenes de la moda impuesta por Hollywood y por París.

Desde entonces el maquillaje está influenciado por las tendencias que marquen primero el cine y más tarde la televisión.-

Y es desde finales de los años cuarentas que se contará con -- gran cantidad de tonos de polvos a elegir, tintes de los rubores y bases de maquillaje, colores de esmaltes para las uñas y lápices de labios. Todo esto se aplicará de acuerdo con el -- gusto, color de cabello y piel; así como con la forma de la cara y las facciones de la misma.

#### 4.2.3 Maquillaje para cine y televisión

El antecedente más lejano del maquillaje para televisión es el del teatro, éste en un principio se utilizó en las primeras filmaciones de cine pero fue totalmente insatisfactorio para el medio; las gruesas capas de maquillaje aplicadas hacían casi imposible la naturalidad de las tomas de acercamiento de las cámaras (close up) y las limitaciones en los colores del maquillaje no alcanzaban a cubrir los requerimientos de la iluminación y fotografía de las cintas.

El primer maquillaje diseñado expresamente para cine, fue creado por Max Factor en el año de 1910; era una pintura grasosa casi líquida en diferentes tonalidades que se ajustaban a los requerimientos de la industria cinematográfica.

Posteriormente, en 1928, la sociedad de ingenieros de cinematografía de los Estados Unidos condujo una investigación y como resultado de la misma Max Factor creó una nueva gama de colores llamada "color panorámico" logro por el cual se hizo los

acreedor del premio de la Academia de Artes y Ciencias de Cinematografía.

Cuando surge la televisión se prueban varios tipos de maquillaje que existían en el mercado utilizándose el del cine y sólo para efectos especiales algo del teatro. Sin embargo "el arte del maquillaje para televisión se ha desarrollado junto -- con la evolución de la industria cinematográfica. Los avances en algunas áreas de la tecnología fílmica, especialmente en -- las emulsiones y en la definición del grano, han ayudado al -- progreso del maquillaje"<sup>(8)</sup> esto se debe a que al perfeccionarse la película requiere de una mayor calidad y naturalidad en el maquillaje.

El maquillaje para televisión es tanto corrector como --- creador, siempre debe aplicarse con delicadeza, habilidad y -- tan sutilmente que las expresiones fáciles tengan libertad natural. En pantalla, particularmente en tomas de acercamiento, la cara es muchas veces mayor al tamaño natural, lo que provoca que hasta el mínimo defecto sea visible. Los objetivos del maquillaje para televisión son:

- Mejorar la apariencia de la persona que aparece en pantalla haciéndola, atractiva.
- Corregir la apariencia cuando la historia y el personaje lo requieren.
- Dar al rostro un color parejo para que fotografíe mejor.

- Asegurar una imagen uniforme ante cámaras, esto es, que todas las personas que aparecen juntas en pantalla tengan un maquillaje coherente entre sí.

- Acentuar los rasgos de expresión.

Como arte creativo, el maquillaje permite al actor tomar cualquier apariencia; puede hacer aparecer joven al viejo y viceversa. Efectos especiales en el maquillaje pueden crear rasgos faciales, desde un ser extraño para programas de ciencia y ficción y de horror, hasta moretones, heridas y cicatrices para programas que así lo requieran.

"Si alguna persona va a presentar una caracterización específica en una obra, un cambio completo de la apariencia será necesario. Cambios drásticos de edad, raza y personalidad del actor se pueden lograr a través del uso de las técnicas especiales del maquillaje".<sup>(9)</sup>

Vincent Kehoe<sup>(10)</sup> explica que los diferentes propósitos para aplicar maquillaje requieren, por supuesto, técnicas diferentes. Mejorar el aspecto de alguien exige procedimientos menos complicados. Corregir la apariencia de alguien es el proceso más complicado y cambiar la apariencia del actor requiere de más complejas técnicas de maquillaje.

Las pelucas, los bigotes y bisoños, así como la aplicación de postizos de narices, frentes, mejillas, etc; también son --

parte del maquillaje.

La introducción del color en el cine, trajo consigo nuevos problemas de maquillaje, pues con las bases existentes, sólo se lograban colores amarillentos, azules o rojos en los rostros. Después de varios experimentos, se encontró un maquillaje sólido llamado "Pan-Cake" que se aplicaba con una esponja húmeda. Existían tablas que mostraban los colores apropiados para cada tipo de película a color.

El maquillaje especial para televisión se creó en 1932 como resultado de las pruebas conducidas por la estación de televisión experimental de Don Lee, en los Angeles, California.

Sin el maquillaje los actores no se ven bien pues las pieles blancas se ven demasiado pálidas mientras que las oscuras, se ven sucias. Los hombres aunque bien afeitados parecen necesitar una afeitada; el maquillaje que usan las mujeres a diario no siempre es el adecuado y en televisión se utilizan colores y tipos específicos del mismo.

Para televisión a color, se ha probado con varios productos y cada día existen nuevas marcas y líneas que se van perfeccionando junto con la óptica de las cámaras de televisión, ya que el éxito de la t.v. a color depende de presentar colores naturales, puede parecer normal que un vestido verde se vea azul por televisión pero un rostro verde sería insensato.

De ahí que existan una serie de normas en el uso de cierto tipo de materiales como:

- Todos los colores usados para televisión tienen una base en beige o en rosa; no se usa el rojo ya que en televisión a color dará volumen y en televisión blanco y negro profundidad, es decir, efectos contrarios.

- Los brillos en general no son usados porque rebotan la luz dando efecto de protuberancia y/o transpiración.

- Algunos tonos de azul que contienen demasiado rojo no pueden ser usados pues darán la sensación de inflamación y demoretón.

Jeff Angel dice al respecto: "Los tonos mate se deben utilizar para el maquillaje normal de televisión. Los maquillajes brillantes y tornasol únicamente se usarán para crear efectos especiales. Los brillos sólo se permiten en ciertas áreas ya que reflejan mucho la luz. Los colores muy fuertes también deberán evitarse y sólo se usarán para cosas extravagantes y planeadas previamente".<sup>(11)</sup>

Es importante para cualquier tipo de maquillaje saber el tipo de iluminación que llevará, pues de ésta dependerá en gran medida la calidad del maquillaje.

#### 4.3 Maquillaje en la televisión Mexicana

Cuando se inició la televisión en México se hizo necesaria la caracterización de los intérpretes para compensar las luces y adaptar sus rostros a un personaje histórico; a un significado estético o a una determinada edad.

En la televisión mexicana el maquillaje se inició con el trabajo de Guadalupe Sánchez Goyeneche y el de su madre Ma. -- Elena Goyeneche, en un pequeño cubículo del piso 13 del edificio de la Lotería Nacional.

Desde entonces, es decir, desde el inicio de la televisión comercial mexicana, el maquillaje en nuestro país se ha hecho a base de la experiencia, del conocimiento empírico y no basándose en libros.

Sin embargo podemos decir, que con la evolución del maquillaje en el mundo se ha tratado de perfeccionar el nuestro. Actualmente se están fijando cada vez más normas para mejorar la calidad del maquillaje para televisión en México, sin embargo, cabe aclarar que dependiendo de cada productor, actor y tipo de televisora varía el maquillaje.

##### 4.3.1 Elementos técnicos que apoyan al maquillaje

El maquillaje para televisión en México se ha ido perfec--

cionando en parte por la necesidad nacida de una competencia, - en cuanto a materiales e instrumentos realizados en otros países, muchas veces se hacen para cine y posteriormente se adaptan para televisión; y en parte por la capacitación de personal que han hecho algunas empresas para preparar técnicos mexicanos en varias especializaciones del maquillaje.

El maquillaje también se ha ido complicando por las características del medio. Ciertos factores electrónicos y de producción, influyen considerablemente en las técnicas del maquillaje para televisión, éstos son:

- Peculiaridades en la reproducción de los tubos de imagen de la cámara.
- El color del vestuario y de los decorados.
- El tipo de tomas de la cámara.
- Las técnicas de iluminación de la televisión.

De acuerdo con Henning Nelms, el dar instrucciones específicas para maquillaje es de poco valor pues todas las caras -- son diferentes. En ocasiones, si la iluminación varía considerablemente de una escena a otra, es necesario cambiar el maquillaje. (12)

En cuanto a los factores antes mencionados podemos decir que los tubos de imagen de una cámara actual para televisión a color son tres, dependiendo del tipo de tubo, mayor o menor ca

lidad de producción de imagen y lo que es más importante para el maquillaje la reproducción de color. De ahí que separemos éste en otro subtema.

Tanto el vestuario como el decorado podrán influir en el maquillaje por los colores que emplean los mismos, así como en el caso del vestuario, la coherencia del mismo con el peinado y el maquillaje. Por lo que es importante tomar en cuenta que un buen maquillaje no podrá lucir si el vestuario no es el adecuado de ahí que se deben considerar los materiales, la manera como fotografían, su simetría y su línea, así como los accesorios decorativos tanto de la ropa, tales como aretes, prendedores, sombreros, etc.

En una escena siempre valigado el color que aparece en la misma por lo que se deberán tomar en cuenta los factores antes mencionados para lograr una armonía.

El tipo de toma de cámara afectará el maquillaje sobre todo en los acercamientos (close ups); y el grado en que sea --- afectado el maquillaje dependerá de la iluminación. Es decir, si el maquillaje no está planeado para un tipo de toma determinado y además está mal iluminado será de pésima calidad. Afectando también la limpieza de la toma. Por lo que la iluminación será el mejor aliado o el peor enemigo del maquillaje. Debido a esto decidimos hacer una exposición de la iluminación en televisión.

#### 4.3.1.1 Iluminación

Este elemento es básico para la televisión en general y es el elemento clave para cualquier tipo de maquillaje. Su propósito primordial es iluminar lo que la cámara puede ver.

"La pantalla de televisión sólo tiene dos dimensiones: altura y anchura; la tercera dimensión (profundidad) deberá ser creada por ilusión. El buen control de la iluminación y el adecuado sombreado, es esencial para la revelación clara de objetos tridimensionales, su posiciones en el espacio y tiempo, y la relación entre uno y otro".<sup>(13)</sup>

Al abordar el problema de la iluminación para la producción de programas de televisión a colores, si se tienen en mente los requerimientos de televisión junto con los objetivos principales de la iluminación, imágenes con todo el contenido artístico, expresión creativa y efectos novedosos que pueden desearse, podrán obtenerse satisfactoriamente tanto en color como en t.v. monocromática.

El tinte, la saturación y la brillantez de una superficie, depende de las características de reflexión de la misma y de la naturaleza y ángulo de proyección de la luz que incide sobre la superficie. Mientras que en la fotografía monocromática el color de la luz tiene muy poco efecto sobre la reproducción del tono de gris, en la fotografía a color las variaciones en el color de la iluminación pueden afectar seriamente la

fidelidad de la reproducción cromática.

Una iluminación efectiva es una ayuda muy valiosa para -- mantener la ilusión tridimensional en una superficie de visión de sólo dos dimensiones como lo es la pantalla de televisión. - Donde el programa puede ser visto ya sea a color o en blanco y negro debe considerarse que la perspectiva se logrará con contrastes de luminosidad, solamente a través de la combinación - del sujeto y la iluminación.

La iluminación de los estudios para las cámaras de t.v. - de color es distinta a la requerida para las cámaras monocromáticas, solamente en dos áreas mayores: a) el volumen de luz y b) la necesidad de observar los niveles de temperatura del color.

Los fundamentos de las prácticas de iluminación que se -- aplican igualmente en color que en monocromática de acuerdo al significado de términos que generalmente usan la mayoría de los directores de iluminación son los siguientes:

- Objetivos de la iluminación:
- Dirigir la atención al elemento de una escena haciendo que ese punto tenga un acento visual dominante.
- Establecer sentimientos de la escena; alegría, misterio, romance, etc.
- Fijar el tiempo de acción; día, noche, mediodía, tarde,

etc.

- Proveer la perspectiva, varios tipos de iluminación en una escena dan una separación especial, redondez y profundidad tanto al set como a la acción.

- Contribuir a la composición artística de la imagen realizando el efecto pictórico, el contraste y la profundidad.

- Llenar los requisitos técnicos del sistema, se requiere de una cierta cantidad de iluminación para que la cámara pueda "ver" la imagen frente a ella. Los rangos de contraste son limitados al intentar exceder ese rango. Para el trabajo a color debe observarse la temperatura de color de la luz que se usa, a ésta se le llama "temperatura Kelvin" y se refiere a una medida de la calidad rojo, amarilla o azul de luz. Cualquier nivel que se seleccione, se deberá aplicar a cada fuente de luz usada en el set con una variación limitada de 100 grados.

Para aclarar el problema de la temperatura de la luz, podemos imaginar una escala en la cual el área entre 3,000 y 3,400 grados representa la luz blanca, con la lectura hacia abajo de los 3,000 grados la luz se va haciendo más amarilla a medida que se va bajando más la temperatura. La luz en la temperatura más alta se va haciendo más azul a medida que aumenta la misma.

- Tipos de luz

- Luz de base y luz de relleno.- La cámara de televisión requiere una pequeña cantidad de luz difusa sobre todas las --

áreas para controlar el rango de contraste en el área oscura - de la imagen. Este es realmente una "base de luz", el punto - de partida para otros elementos de la iluminación de la escena ya terminada.

Los mismos instrumentos de iluminación que proveen la luz de base, que son usualmente la cazuela diseñada para proveer - una iluminación difusa y casi son sombras, también dan la luz - de relleno (fill light).

Estas cazuelas son colocadas para proveer luz de relleno - de tal manera que cubran la mayor parte posible del área escé - nica de un set, y lo más bajo posible para que se reduzcan las - sombras formadas por los rayos de modelaje y de luz clave (Key - light), especialmente las sombras faciales alrededor de los -- - ojos y abajo de la barbilla, la luz de relleno debe ajustarse - en intensidad según lo requiera la intención de la escena. La - función de este tipo de luz contribuye en una escena a: humor, - tiempo, apariencia estética a la vista, necesidades mecánicas - y establecer el balance de iluminación.

- Luz clave (Key light) y luz de modelaje. Se apuntan -- - juntas ya que se usan las mismas lámparas dependiendo de la cá - mara y su movimiento dentro del set.

La luz clave o Key light es la principal fuente de luz pa - ra el área escénica y la determina la exposición de la cámara,

así como los niveles de intensidad y de las demás fuentes de luz en dicha escena las cuales serán puestas en proporción adecuada a la misma. Esta luz se coloca en relación a una posición o ángulo de cámara determinado y podrá haber varias en una sola escena, dependiendo de los actores y de las cámaras. Esta colocación es de extrema importancia porque establece el patrón de sombras en las caras.

La luz de modelaje. Son unidades de rayo de luz controlado que pueden ser montados en una posición frontal lateral en relación a un ángulo predeterminado de cámaras pero en el lado opuesto a la luz clave y ajustado a una intensidad sustancialmente menor. Su función es modelar y suavizar la iluminación de la cara en el área escénica.

- Back light o luz de espalda.- Su objetivo es dar la separación entre el actor y el fondo, las luminarias o lámparas para esta función se colocan arriba y detrás de un actor en relación a una posición predeterminada de la cámara. Cuando son colocadas por encima de un set se convierten en luz central y tienden a crear luces muy destructivas sobre la nariz y planos faciales.

- Set light o luces de set.- Nombre que se da al conjunto para los grupos de unidades colocadas para iluminar, acentuar, modelar y poner altas luces en el escenario o crear efectos en conjunción con los elementos escénicos.

- Seguidores o follow spots.- Su objetivo es apuntar o --  
acentuar algo, son herencia del teatro y son poco usados en te  
levisión ya que con movimientos de cámaras se logra mejor la -  
intención que este tipo de luz.

○ - Luz de ojo.- Fuente de una intensidad relativamente ba-  
ja que se coloca por debajo del nivel de los ojos, directamen-  
te frente al actor con el objeto de provocar que los ojos bri-  
llen y agregar transparencia a las sombras alrededor de los --  
mismos y debajo de la barbilla.

Luz cenital.- Se utiliza con el objeto de proveer luz de-  
relleno en las áreas de sombras profundas y para suavizar los-  
contrastes y sombras inducidas por los rayos casi horizontales  
de otras luces. Se usa este tipo de luz para dar efectos espe-  
ciales de terror apoyando al maquillaje, ya que en un rostro -  
este tipo de luz marca todas las líneas de expresión.

Herbert Zettl recomienda que las partes de la cara y piel  
deberán iluminarse lo más levemente posible para evitar siem-  
pre lo que se conoce como "charolazo".<sup>(14)</sup>

Es importante, en cuanto al maquillaje, trabajar siempre-  
de la mano con el director de iluminación pues una sombra crea  
da por una luz mal puesta podrá dar la impresión de mancha o -  
moretón, y no habrá maquillaje que la pueda borrar.

En conclusión, existen unas normas importantes en toda --  
iluminación para t.v. que son:

1o. Una iluminación que llama la atención sobre sí misma no será buena, su objetivo es dirigir la atención al programa, apoyar el mensaje, el ambiente y los actores.

2o. Una buena iluminación de televisión puede embellecer toda una producción monocromática o de color pero sólo se podrá lograr a través de una aplicación creativa de estos principios.

3o. El contraste se deberá restringir al rango de brillantez limitado del sistema.

4o. Se deberá tener un balance mantenido para dar un registro tonal consistente.

5o. El modelaje deberá crear una sensación de profundidad y separación espacial.

6o. El efecto total deberá dar el humor e intención de la escena.

#### 4.3.1.2 Teoría del color aplicada a las cámaras de televisión

El color nos contiene y nos rodea existe en nuestro contorno y se define como la impresión que hace en la retina del ojo la luz reflejada por los cuerpos.

Así los elementos de apreciación del color son la luz y -

la retina.

La fisiología del color.- El mundo visible se compone de materia incolora y de ondas electromagnéticas que únicamente se distinguen por su longitud de onda, cuando refleja en nuestros ojos rayos electromagnéticos. A la radiación visible que cae en nuestros ojos la llamamos luz.

La luz puede llegar a nuestros ojos desde una fuente de radiación directa, o indirectamente y esto es lo que ocurre al ser reflejada o traspasada por una materia. La percepción del color se produce solamente mediante el proceso fisiológico del sentido visual; el estímulo y la sensación del color existe solamente en el cerebro del individuo. La materia aparece en sus variadas formas de colores diferentes, para el observador porque según sea su construcción molecular, observa o refleja de forma distinta la luz incidente. Cuando no existen radiaciones electromagnéticas visibles, no puede haber colorido.

El aspecto de colorido, es siempre algo relativo, no solamente depende de la propiedad que tenga la materia de absorber la luz, de remitirla o traspasarla sino que también es decisiva la calidad y composición espectral de la luz existente.

Los rayos de la luz son energía y pertenecen a la familia de las ondas electromagnéticas, que se diferencian entre sí solamente por su longitud de onda.

La longitud de onda es la distancia de la cresta de una onda a la otra, es decir de un máximo de una a un máximo de la siguiente.

Los hombres y los animales poseen un órgano sensorial (ojo) con cuya ayuda reciben una parte determinada de estas asociaciones electromagnéticas y que pueden transformarse en sensaciones de luz y experiencias de color. El ojo acumula estas radiaciones según su orden de tamaño.

El orden de los grupos visibles es también según su tono de color, a esta ordenación se le da el nombre de espectro.

Espectro de la luz.- La luz blanca está compuesta de ondas electromagnéticas de las diferentes longitudes de onda, que son percibidas por el ojo como diferentes colores. Estos colores se hacen visibles al ojo humano a través de un prisma de cristal mediante la refracción de un rayo de luz dando como resultado el espectro en el que se ordenan los colores del arco iris.

En la naturaleza con todos los colores que existen es posible lograr variadas tonalidades; sin embargo, existen tres tonos que no son posibles de obtener de esta manera, a los que se les denomina colores primarios y son: amarillo, rojo magenta, azul cyan. Mezclando entre sí los primarios se obtienen los secundarios que son: violeta, naranja y verde.

Existen dos teorías del color que se aplican para diferentes usos y son:

- Teoría aditiva.- es la mezcla de luces cromáticas y sus leyes son válidas siempre que se trate de radiaciones electromagnéticas, y tiene lugar cuando se mezclan entre sí oscilaciones electromagnéticas visibles. En luz, al mezclar los colores elementales aditivos (verde, naranja y violeta) de dos en dos, encontramos los colores primarios (azul, amarillo y rojo). La mezcla separada de los tres dará como resultado la luz blanca.

- Teoría sustractiva.- la mezcla cromática sustractiva empieza con blanco. En ésta sucede lo contrario que en la teoría aditiva. Se produce siempre una sustracción cuando se provocan fenómenos cromáticos al retirar componentes espectrales de la luz blanca. Los colores básicos sustractivos son el amarillo, el rojo y el azul cyan. La unión de los tres dará origen al negro.

La formación de imágenes a color en la cámara de televisión.- La imagen captada por la lente de la cámara pasa por los tubos de la misma, que tienen una determinada temperatura. Son tres los colores básicos de formación de imagen en televisión: rojo, azul y verde. Los tubos traducen la señal térmico lumínica y la mandan al sistema en distintas cargas electrónicas variantes en función del voltaje que poseen, a tra--

vés de todo un juego de transformaciones que pasan esa información hasta un punto en el cual el proceso se invierte y la señal impregna una placa de plomo en el cinescopio del aparato de televisión que arderá y traducirá la señal electrónica en señal lumínica. Ya que la formación de colores no es pura y los tubos tienen pequeñas variaciones en su captación de color, existen colores que cambian a veces en el mismo momento que se ven en la cámara como algunos tonos en azul, -- violeta y guinda; y otros que se van modificando con el número de copias que tenga la cinta de video; el caso más comunes el del color rojo.

Por lo anterior podemos decir que ciertos tonos no son usados en televisión o que en ocasiones se han creado colores especiales en sus pigmentaciones, refiriéndonos tanto a pinturas para escenografía como a tintes para tela y por supuesto a productos de maquillaje, eliminando aquellas mezclas -- que pueden provocar problema a la imagen.

De ahí que cualquier cosmético que se va usar en televisión deberá ser probado previamente en cámara para respetar las normas de maquillaje para televisión mencionadas con anterioridad.

#### 4.3.2. Tipos de maquillaje

El maquillaje para televisión puede clasificarse en va-

rios aspectos, el primero y más importante es de acuerdo a sus funciones que son:

- Estética.- Se utiliza para cualquier tipo de producción y su objetivo es hacer lucir bien al actor ante las cámaras,-- cubriendo defectos y emparejando el color de la piel. En éste sólo intervendrá un poco de maquillaje y un peinado adecuado.

- Técnica.- Complementa a la primera, pero es necesaria,-- ya que su objetivo será compensar el efecto de las luces en -- los rostros, evitando brillos y en ocasiones las sombras que -- se producen por el tipo de iluminación utilizada.

#### 4.3.2.1 De acuerdo al programa:

Para lograr un buen maquillaje y cubrir uno de los principales objetivos del mismo debemos tomar en cuenta el tipo de programa para el que se está realizando, ya que no es lo mismo maquillar para un programa musical que para una telenovela. - Así, antes de planear cualquier trabajo los maquillistas deberán tomar en cuenta el tipo de programa; para efecto de esta - clasificación dividiremos los tipos de programas en dos grupos:

- Programas seriados.- Aquellos en los que se deberá llevar una secuencia en cada uno de los personajes. Dentro de -- éstos se encuentran las telenovelas, teleteatros y algunas veces cuentos, también programas en los que el actor tiene un --

personaje establecido aunque en cada programa varíe la historia.

- Programas unitarios.- Como su nombre lo dice este tipo de programa no es seriado y saldrá al aire la historia completa en un solo día, es decir, la historia comienza y termina en un solo capítulo. Dentro de este grupo se encuentran los musicales, de comedia, noticieros, etc.

Esta clasificación puede tener grandes variantes pues también debemos tomar en cuenta dos características más que son:

- Programas en los que se caracteriza al actor.- En éstos el actor representa un determinado personaje que no necesariamente tendrá las mismas características que él. Dentro de este grupo se encuentran las telenovelas, comedias musicales, programas cómicos, de terror, etc. En este tipo de programas el maquillaje es más creativo y puede utilizar todos los recursos técnicos como apliques de cicatrices, quemaduras, pelucas, barbas y bigotes postizos, etc. Este tipo de maquillaje es muy laborioso y requiere de muchas horas de trabajo así como la intervención de especialistas en cada área del mismo.

Todo dependerá de las necesidades del programa y de la interpretación del libreto que el director y el productor hagan. Cuando se utilizan apliques y postizos a este tipo de maquillaje se le conoce como caracterización.

- Programas en los que el actor aparece como él mismo.- -  
En este grupo se encuentran los noticieros, los programas musicales, los de concurso, etc. Su característica principal es que se respeta la personalidad y el gusto de la persona que se maquilla mientras no utilice aquellos productos o colores que afectan la imagen. Esto siempre tratando de que el maquillaje sea lo más natural posible.

En el caso de los programas musicales y de variedad, se permite un mayor uso de cosméticos y es el que en televisión podrá llevar un maquillaje más exótico.

#### 4.3.2.2 De acuerdo al personaje

Habiendo definido el tipo de programa, de acuerdo al libreto del mismo así como al reparto, se deberá estudiar a cada personaje, en el caso de los programas en los que el actor no aparece como él mismo, encontramos varios tipos de personajes:

- Históricos.- aquellos en los que se representa a personas importantes en la historia, en este caso se deberá respetar en la medida posible la apariencia del personaje que se pretende representar. Uno de los factores más importantes para realizar un buen trabajo de maquillaje será que el productor contrate actores con una fisonomía similar al personaje histórico que quiere hacer.

- De época.- Aquellos que representan personajes ficticios pero que viven en alguna época del pasado en un determinado país. La función del maquillaje será respetar el maquillaje y peinados usados en ese momento y lugar; también se tomará en cuenta el nivel socioeconómico del personaje y si es posible hasta su descripción psicológica para apoyar en todos los detalles dicha representación.

- Fantásticos.- Pueden ser animales, brujos, flores, o cualquier cosa que el libreto requiera. En ellos se pueden aprovechar todos los recursos creativos del maquillaje. Sólo se tendrá que respetar el libreto y el criterio del productor.

Dentro de éstos entran los programas futuristas en los que el personaje se arreglará como si estuviera en alguna parte, en el futuro.

- Actuales.- En esta gama entran la mayoría de los programas y para ello se analiza al personaje individualmente con todas sus características así como su relación con los demás personajes, para lograr la credibilidad deseada.

Dentro de este tipo de personaje entran también los actores cuando salen como ellos mismos. De esta manera se podrá hablar de que a este grupo pertenecen desde los programas musicales hasta los teleteatros.

#### 4.3.3. Técnica de maquillaje para televisión aplicada en México

La técnica de maquillaje en cuanto al orden de la aplicación de los productos es prácticamente la misma en cualquier medio de comunicación como el teatro, el cine, y la televisión. Lo que realmente es diferente en cada medio es el tipo de producto y la pigmentación del mismo. Así en el teatro, por ejemplo, el rojo es la base para sus maquillajes.

En México los elementos y el orden para la realización de un buen maquillaje para televisión requiere definir sus necesidades tomando en cuenta los siguientes elementos:

- Anatomía facial.- Se deberá conocer el tipo de cara y piel del actor, por medio de la identificación correcta de los mismos, se podrán colocar los correctores claros y oscuros, -- así como se seleccionarán adecuadamente los productos y colores a utilizar.

- Conocer los personajes.- Esto definirá el tipo y cantidad de maquillaje; para ello se tomarán en cuenta la edad, situación económica, salud, personalidad, gustos y carácter; así como los cambios del personaje durante la historia.

- Ubicación del personaje.- Se tomarán en cuenta el clima, lugar y momento en que se desarrolla una historia, y de cada escena se tomarán en cuenta la situación, hora y medio ambiente en el que se encuentra el personaje.

- Coherencia entre las ideas del productor, actor y maquillistas sobre el personaje, para lograr una imagen adecuada en la que todos estén conformes.

El tipo de iluminación empleado implica también si se grabará en exterior o en estudio, o si se hará una parte en estudio y otra fuera teniendo que cuidar que el maquillaje no varíe en estas circunstancias.

Elaboración del maquillaje.- Se deberán tener los siguientes materiales básicos:

- Crema limpiadora
- Lociones humectantes y astringentes
- Bases de maquillaje
- Bases correctoras
- Polvo
- Rubores en crema y en polvo
- Lápices
- Sombras
- Delineadores
- Máscara para pestañas o rimel
- Alcohol
- Pañuelos desechables y algodón
- Cepillos de cejas, de pestañas y de bigote
- Pinceles de varios tipos, gruesos, delineadores, difuminadores, de labios, etc.

- Aplicadores para sombras
- Pinzas para depilar
- Sacapuntas

En algunas empresas el maletín de maquillaje se complementa con sangre artificial, acetona, lima de uñas, pegamento para uñas en caso de que se rompan. Pegamento para apliques y pestañas postizas. Por su parte el profesional del peinado -- traerá todo lo necesario para elaborar su trabajo equipo compuesto de varios cepillos y peines, pistola de aire para secar y peinar, tubos de varios tipos incluyendo los eléctricos, tenazas, líquido para poner canas, pinturas para disimularlas o cambiar el color del cabello temporalmente; pasadores, horquillas, broches, pinzas, ligas.

Aplicación y tipos de materiales.- el maquillaje para televisión normal sin caracterización y aplicado principalmente a mujeres se realiza en el siguiente orden:

1o. Limpieza y preparación del rostro.- en esta fase se prepara al actor colocándole, protectores para la ropa pegada al cuello, se le recogerá el cabello y se limpiará la piel. En este paso si así lo quiere el actor, se le aplicará loción-humectante si es de cutis seco, y astringente si es de graso.- Si el actor lo desea podrá poner su crema base de maquillaje-- que deberá ser poco grasosa para no dañar la superficie de trabajo.

2o. Aplicación de correctores claros o luces.- Su función es resaltar en televisión, se utilizan tonos en base beige o rosa ya que el blanco no se puede usar.

3o. Base.- Esta es la parte más importante del maquillaje; existen varios tipos de base que son:

- Maquillaje en crema.- es el de mayor uso en televisión-se recomienda para cutis normal y seco; por lo general es usado por todas las mujeres; es de fácil aplicación y existen en México laboratorios que fabrican la gama necesaria de colores-para televisión.

- Maquillaje de agua.- de todos es el que luce más natural, pero sólo se puede usar en cutis grasos ya que reseca mucho la piel, es usado principalmente en hombres, no se produce en México más que a nivel comercial por lo que la gama de colores es insuficiente y no se consiguen correctores para este tipo de maquillaje en nuestro país. Algunas empresas productoras como Televisa, compran este material en los Estados Unidos.

- Maquillaje compacto.- se utiliza para personas que no usan maquillaje y su función es quitar brillo y dar un poco de tono a la piel. Es usado principalmente para hombres y niños.

Tonos del maquillaje.- En televisión se utilizan un tipo de maquillaje que se clasifica como gama 7 su característica principal es que suprime el rojo.

Selección de tonos.- En tez blanca o media siempre se deberá aplicar un tono más oscuro que el de la piel, esto se debe a que con las luces estos tonos de piel tienden a palidecer. En cambio, en tez oscura se deberá tratar de igualar el color ya que si se pone un tono más claro la piel se verá verdosa o amarillenta, y si se le oscurece dará tipo negroide.

La gama de colores de maquillaje está basada en dos tonos, una en beige para compensar las pieles muy rojas o rosas; y la otra en rosa para compensar las pieles amarillas o muy pálidas. En las dos bases se encuentran colores de claro a oscuro hasta unirse en un tono bronce y continuar con dos tonos oscuros. -- Estas gamas se aplican según el tono de pigmentación de la piel y en ocasiones se combinan para dar los tonos exactos.

Actualmente se maneja un promedio de catorce tonos diferentes de maquillaje.

4o. Corrector oscuro.- sirve para disimular o profundizar algún rasgo y es utilizado en crema o en agua, dependiendo el tipo de base que se haya usado. "Cuando un corrector se nota en dónde empieza y en dónde termina no está bien puesto, por lo que deberá estar bien difuminado". (15)

5o. Rubor en crema.- es opcional, tiene la ventaja de ser más natural que los de polvo y por colocarse abajo del mismo dura el color mucho más.

6o. Polvo.- su función es fijar el maquillaje y prevenir que la transpiración dañe el resto del maquillaje. Deberá ser translúcido, mate y muy delgado ya que para retocar en foro se usa varias veces.

7o. Maquillaje de ojos.- estando bien puesta la base, los correctores y el polvo se procede a enchinar pestañas, colocar una sombra base y aplicar el sombreado de acuerdo al tipo de ojos, delinear el contorno si es necesario, difuminar líneas-- y sombras; poner máscara en las pestañas y por último cepillar y corregir las cejas.

8o. Labios.- Se delinear y pintan los labios de acuerdo a la forma que tienen aplicando.

9o. Se procede a peinar de acuerdo al personaje.

10o. El rubor en polvo.- que puede colocarse hasta el final o antes del maquillaje de ojos. Es recomendable tener cuidado con los colores del rubor ya que en todo momento deberá parecer natural.

Cabe aclarar que nos hemos referido a maquillajes normales que no requieren de apliques; ni postizos ya que en estos casos el procedimiento varía.

Lo importante de cualquier tipo de maquillaje es que sea-

natural y que realce las cualidades y tape los defectos.

Algunos elementos que se deben evitar:

- Colores oscuros.- endurecen facciones, quitan naturalidad y marcan líneas.

- Brillos.- dan aspecto de suciedad pues parece que el actor está transpirando, también dan volumen.

- Rojos.- dan aspecto de moretón; inflamación y golpe. - También dan volumen.

- Líneas hacia abajo.- delinear ojos, boca o cejas hacia-abajo darán edad y tristeza.

- Blancos.- dan brillo, reflejan luz, causarán el mismo efecto que los brillos.

- No difuminar.- sombras, correctores y líneas no difuminadas dan aspecto de sucio y endurecen las facciones. Además se ven falsas.

Por último queda recordar que existen quizá más productos de los aquí mencionados, sin embargo, en su gran mayoría, no son usados en televisión. Así como que este capítulo en cuanto a técnicas de maquillaje puede ser ampliado en investigaciones posteriores.

Notas Bibliográficas:

- 1) Real Academia de la Lengua Española. Diccionario de la Lengua Española.  
Editorial Espasa-Calpe S.A. Madrid, España. 1970.  
pp. 884.
- 2) Ibid pp. 884.
- 3) Ibid pp. 884.
- 4) Corson Richard. Fashion in hair. The first five thousand - years  
Peter Owen Ltd, London, 1965  
pp. 52.
- 5) Ibid pp. 52.
- 6) Véruit Dominique. Precolombian dermatology and cosmetology - in Mexico.  
Schering Co. U.S.A. 1973  
pp. 50.
- 7) Ibid, pp. 52.
- 8) Angel Jeff. The make-up difference  
Dowa Planning Inc. Publisher. Tokio, japon, 1986  
pp. 135.
- 9) Jans M Van Eijk S. Hatgers Z. Faces fantasy makeup.  
Maja publishers. Nederland, 1983  
pp. 8.

- 10) Kehoe Vincent. The technique of film and television makeup.  
Hasting House Pub. U.S.A. 1975.  
pp. 6.
- 11) Angel Jeff. The make-up difference  
Dowa Planning Inc. Publisher, Tokio, Japan 1986  
pp. 136.
- 12) Nelms Henning, Play production  
Barnes and nobel Pub. U.S.A. 1960  
pp. 32.
- 13) Millerson Gerald Effective t.v. production  
Media Manuals, Focal Press. N.Y. 1980  
pp. 120
- 14) Zettl Herbert. The television production handbook  
Wodsworth Pub. U.S.A. 1958
- 15) Production Office. Radio Nerderland Training Center.  
Production Handbook  
Radio Nerdeland. 1980  
pp. 68.

CAPITULO V

"MAQUILLAJE COMUNICACION NO VERBAL  
EN LA TELEVISION MEXICANA"

"El rostro humano está compuesto en realidad de muchos rostros. Con el uso de los músculos faciales una persona puede expresar una gran cantidad de estados de ánimo y con la aplicación del maquillaje las características de la personalidad y de dichos estados de ánimos pueden ser enfatizados. Este énfasis puede realizarse por medio de efectos ópticos y aprovechando las peculiaridades anatómicas, como la estructura ósea y muscular".(1)

#### 5.1 Maquillaje comunicación no verbal

Separamos el maquillaje ya que por sí mismo y en cualquier medio es una forma de comunicación no verbal. De acuerdo a la clasificación hecha por Knapp<sup>(2)</sup> el maquillaje, dentro de la comunicación cara a cara, pertenece al área de los artefactos. Es "per se" un estímulo no verbal; de esta forma sabemos que las respuestas de un ser humano a otro se ven influidas por la apariencia de cada uno y ésta en gran parte será la forma en que nos arreglamos.

El maquillaje en el sentido amplio de su significado se ha convertido en tal forma en que pintamos nuestros rostros, llevamos un peinado, el perfume y crema que nos gusta usar; todos estos elementos son mensajes no verbales. Hasta el hecho de que una persona no se arregle origina ciertos mensajes no verbales.

El maquillaje no sólo podemos analizarlo desde el punto-- de vista de los artefactos; gran parte de la comunicación no - verbal es expresada por el hombre a través de su rostro, así,- dentro de la comunicación no verbal el maquillaje abarca otras áreas como:

En la cinésica.- En el área de las expresiones faciales,- el rostro al estar maquillado marcará o disimulará en mayor o menor medida ciertos rasgos por lo que en un momento dado va a influir en la percepción de otros sobre esa expresión.

En el sistema hecho por Ekman<sup>(3)</sup> de la técnica de clasifi- cación de afecto facial las tres zonas del rostro marcadas por el científico pueden ser modificadas, suavizándolas o enfati-- zándolas por medio del maquillaje, así:

Zona/frente/cejas/ Podrá cambiar cuando la piel de la -- frente se alise o se empareje, se aclare u oscurezca en algu-- nas zonas dando la impresión de ser más ancha o más delgada, - dependiendo del maquillaje base y el efecto que se quiera dar- incluyendo tanto correctores oscuros como luces o correctores- claros. En cuanto a la ceja, podrá depilarse adelgazándola o- ensanchándola por medio de un buen lápiz, también podrá acor-- tarse o alargarse dando otra expresión al marco del ojo.

Zona/ojo/párpado/caballote de nariz/ Será la de mayor -- cambio ya que al ser maquillados los párpados y el contorno --

del ojo pueden dar muy diferentes efectos ópticos y así, con un buen maquillaje, podemos hacer unos ojos grandes o pequeños, profundos o abultados e inclusive podemos hacer resaltar u opacar el color del iris y en último caso cambiarlo por medio de lentes de contacto. El caballete de la nariz sólo podrá maquillarse de tal forma que dé la impresión de adelgazamiento o anchura; y de hundimiento o prominencia.

Zona/mejillas/mentón/nariz/boca/mandíbula/ Implica también partes susceptibles al cambio por medio de correctores, mejillas, mentón, nariz y mandíbula se podrán modificar recordando el principio de que lo oscuro hunde y lo claro resalta. La boca se podrá modificar de acuerdo a la forma como se delinee así como el color que se use para pintarla.

Todas estas modificaciones, sin mencionar que existen prótesis también llamadas apliques que pueden cambiar la configuración de un rostro, pero que para uso cotidiano serían incómodos y poco naturales. Por esto nos referimos a ese maquillaje que a diario usa la mujer. Ahora bien, en el caso del hombre, la barba, el bigote, el corte de su cabello y hasta la loción que usa modificará la interpretación de su personalidad en los demás seres humanos.

En el comportamiento ocular como parte de la cinésica, el maquillaje, al remarcar más el ojo, le dará un aspecto diferente que cuando está bien sombreado y delineado, logrará mayor -

atención en el mismo, haciéndolo más expresivo para los demás. Y cuando está demasiado maquillado dará la impresión de falsedad y endurecerá la mirada haciendo más difícil comprender las expresiones y movimientos oculares.

En las características físicas.- Aunque esta fase de la comunicación no verbal se refiere a nuestra disposición de determinar hasta culturalmente nuestras características físicas, el maquillaje formará parte de ellas, ya que ciertos actos que realizamos para vernos mejor (de acuerdo a nuestra cultura), irán modificando las mismas. Por ejemplo el hecho de depilarse las cejas o marcarlas más con un lápiz más oscuro que su color natural, las hará, en el primer caso, con el tiempo muy delgadas hasta casi desaparecer con los años, y en el segundo, las irá oscureciendo de tal forma que habrá una modificación en esa característica física de expresión, y al haber tales cambios éstos provocarán otros a su vez.

Dentro de las características físicas se encuentran el cabello y el color de la piel modificables de manera temporal con el maquillaje pero que también con el tiempo se convertirán en definitivos. Por ejemplo un cabello muy rubio después de teñirse va oscureciéndose de raíz; la piel cuando se maquilla exageradamente durante mucho tiempo se va haciendo pálida y amarillenta. Ahora, en cuanto al cambio temporal puede lograrse casi cualquier color de cabello y en cuanto a la piel lo único que no puede hacerse es aclarar una piel oscura de

tal manera que se vea natural.

Por otro lado el cabello, al enmarcar el rostro por la forma en que se lleve le dará forma tanto a la cara como al cuello: apariencia de más delgados, anchos, cortos o largos, en fin, puede también, el largo del cabello y su color dar aspecto de juventud o vejez, y hasta llegan a influir en la percepción de inteligencia, integridad y capacidad de trabajo de una persona. (4)

Dentro del entorno.- Podemos decir que los colores del maquillaje de una persona, así como la cantidad de cosméticos que usa afectan el medio ambiente o entorno de quienes lo rodean. Por ejemplo, el perfume, si es muy fuerte, afecta a la gente que está alrededor. Por lo general el arreglo completo de una persona así como el tipo de medio en el que se encuentra y la decoración del mismo, afectarán a las demás personas que la rodean.

De esta forma exponemos en qué partes de la comunicación verbal el maquillaje afecta y es afectado en los individuos sin embargo, sabemos que en el mundo occidental la mujer de cierta edad es la que utiliza el maquillaje y no toda la población. Recordemos que también en las personas que no usan ningún cosmético, el hecho de no usarlo enviará igualmente un mensaje. Por ejemplo, cuando una mujer no se maquilla pero usa ciertos cosméticos como cremas, perfumes y además lleva un pei

nado adecuado será percibida diferente a una que ni se peina, ni se maquilla. De la misma manera que un hombre descuidado junto a otro que no lo es.

Por último, es necesario aclarar que el maquillaje es una forma de comunicación no verbal como lo es la ropa y los accesorios que una persona usa y que como todo tipo de elemento comunicativo se percibe en conjunto. Por otro lado en cuanto al apoyo que representa a los elementos de configuración física y expresiones faciales, remarcándolas o disminuyéndolas no puede modificarlas sobre todo en el caso del maquillaje social y cotidiano.

#### 5.1.1 Significación del maquillaje en la historia

De acuerdo con los antecedentes históricos del maquillaje sabemos que surge por dos razones principales en todas las culturas:

- Como elemento de protección de los elementos naturales; un ejemplo de esto es cómo los pueblos primitivos cubrían su cuerpo con pintura para protegerse del frío, y auyentar a los animales salvajes.

- Como elemento de comunicación no verbal son incontables los ejemplos que encontramos a lo largo de la historia; en --- nuestro país podemos mencionar el maquillaje precolombino que-

fue utilizado con dos objetivos fundamentales:

1o. Escapar a toda costa de su condición humana creando a base del maquillaje la antítesis del hombre.

2o. Acercarse a lo divino presentándose ante sus semejantes parecidos a sus dioses, que fueron monstruos de joyas, --- adornos, tatuajes y pinturas, e inclusive deformando sus rostros y hasta ocultándolos tras máscaras. (5)

También en culturas antiguas y modernas el hombre siempre ha querido diferenciar su estatus, cultura, educación, raza y hasta religión a través de su arreglo, incluyendo su peinado, maquillaje, etc; y aquí recordemos que en todas las culturas antiguas y hasta el siglo XVIII el hombre fue quien mayormente usó maquillajes, vestimenta y accesorios.

En Egipto como en Roma antiguos, en el Renacimiento y en todas las culturas, las clases poderosas se diferencian de las que no lo son a través del peinado y del maquillaje y son desde siempre las que imponen estilos; Corson dice sobre éstos: - "Una moda es impuesta por la clase privilegiada y las clases menos favorecidas la siguen". (6)

La religión ha influido también en el uso de cierto tipo de maquillaje, en las culturas antiguas muchos de los representantes religiosos fueron los que mayormente usaron el maquillaje e impusieron costumbres en la forma de llevar el cabello y-

el maquillaje, mismas que en algunas culturas siguen utilizándose.

La cultura influye mucho más de lo que pensamos en la forma de nuestro arreglo; se ha descubierto que la mujer americana se maquilla más que la europea; y la mujer latinoamericana usa colores mucho más brillantes que la norteamericana y que la europea. Si pensamos en las culturas precolombinas y el colorido de sus ropas, artesanías y pinturas, encontraremos la razón de nuestro apego por esos colores.

El estatus y el nivel económico marcan, como en tiempos pasados, un estilo, y esto es sencillo de comprender ya que aquel que tiene un mayor acceso económico podrá tener lo último que exista en el mercado en cuanto a cosméticos. Contrario a lo que podría pensarse las clases de estatus más elevado consideran en el mundo occidental, que usar demasiado maquillaje es de mal gusto y poca educación, pero esto cambia y se modifica de acuerdo al momento histórico pues recordemos la época de Luis XV en Francia donde surge una de las mayores exageraciones en el maquillaje, tanto en hombres como en mujeres, que la historia ha tenido.

## 5.2 En la televisión mexicana

Al hablar del maquillaje en la comunicación de persona a persona, expusimos nuestro punto de vista del mismo como comu-

nicación no verbal. Cuando esto se pasa a un medio masivo de comunicación no deja de tener su valor como elemento y mensaje no verbal; lo variable será la forma de respuesta que no será inmediata pero se podrá percibir a través del público, el maquillaje como elemento de comunicación se encuentra como parte de un proceso, ya que la forma en que las personas se maquillen, peinen y vistán en la televisión, influirá en el público, pero el público también influye y determina un maquillaje.

#### 5.2.1. Apoyo al mensaje visual

Por el tipo de dirección de cámaras que se hace en la televisión y particularmente en México el maquillaje es de suma importancia ya que se utilizan mucho los acercamientos, más que en ningún otro medio, el elemento visual más importante de la televisión es la persona que está frente a la cámara. Por esa razón los grandes aliados de ésta, serán el maquillaje y la iluminación.

Por estas razones el maquillaje debe buscar siempre que el actor se vea bien pero no solamente de esta manera apoya a la imagen visual sino también puede ser parte del mensaje no verbal que esa imagen lleva. Por ejemplo: en una escena de gran dramatismo será más efectivo el mensaje visual por medio del maquillaje, las expresiones del actor y la iluminación, que si en la escena el actor gritara y pregonara su pena.

### 5.2.2 Ubicación de estatus

Al hablar de ubicación de estatus nos referimos a las personas que están en pantalla y con relación a un programa de televisión. No solamente a un personaje en una historia que representa al poderoso, al rico, al pobre o al ladrón sino también a los comentaristas, locutores, cantantes, etc. Es sabido que en nuestro país se tiene la idea que todas las personas que aparecen en televisión son ricas e importantes, sin embargo, gran parte de esta creencia se debe al maquillaje, el peinado, el vestuario así como a los accesorios que utilizan para salir en pantalla. Y de estos elementos dependerá en gran parte la imagen de estatus que puedan tener.

Tal vez se piense que en programas musicales es más difícil lograr esto, ya que el cantante aparece con su propia personalidad o aquella imagen que quiere dar al público, pero si pensamos en los grandes ídolos no sólo en nuestro país sino en todo el mundo, gran parte del éxito se lo deberán a su imagen de estatus creada por los medios de comunicación, en la que su arreglo hará que ganen o pierdan audiencia.

### 5.2.3 Credibilidad y calidad en la imagen

Ligado a los puntos anteriores están la calidad y la credibilidad en la imagen en las que el maquillaje es en gran me-

didada el factor clave para que el público crea lo que está viendo. Un ejemplo de esto sería una historia en la que uno de los personajes es una mujer de veinte años, de posición económica alta, buena e inocente y la presentamos sumamente maquillada, con pelo pintado de varios colores y despeinado, colores agresivos en las sombras de los ojos y las uñas y manos descuidadas. El resultado será que el público no creerá en la imagen que se pretenda dar y por lo tanto la calidad se verá mermada, ya que el exceso de pintura hará que nuestra actriz se vea mucho mayor, corriente y el descuido del peinado y manos de posición socioeconómica baja. También dentro de esta fase entran las caracterizaciones y representaciones de personajes de época e históricos pues si hablamos por ejemplo de Sor Juana Inés de la Cruz y la presentamos sumamente maquillada, con un hábito moderno y con uñas largas y pintadas no estaremos haciendo creíble la imagen visual.

#### 5.2.4 Ubicación de época

El maquillaje, junto con el vestuario, la escenografía, la ambientación y la iluminación crean la época en que se desarrolla una historia y ubican al público en la misma.

En cuanto al maquillaje de época hay algunos mucho más fáciles de identificar que otros, sin embargo siempre hay algo característico de cada época y aunque la moda es un círculo que constantemente regresa, nunca es totalmente igual una época

ca a otra. (7)

En general, podemos decir que el maquillaje es una forma de comunicación no verbal no sólo para el espectador sino también para cada intérprete y actor, es decir, en cada escena de un programa de televisión habrá varios niveles de comunicación tantos como la misma comunicación humana tenga. Pues entre un actor y otro existirá una comunicación no verbal que, llevada a un buen nivel, dará como resultado una armonía en la escena que será percibida por el espectador. En esa comunicación entre actor y actor, será tan importante o más la apariencia de cada uno, en la que se encuentra involucrado el maquillaje.

Para concluir este capítulo podemos mencionar esta cita de Flora Davis: (8)

"Sin lugar a dudas, la parte visible de un mensaje es por lo menos tan importante como la audible" y esto significa que en la televisión todo aquello que vemos es más o igualmente importante a lo que escuchamos, siendo el maquillaje un elemento que siempre está presente en el mensaje visual.

## Notas Bibliográficas

- 1) Jans M. Van Eijk S. Hatgers Z. Faces fantasy makeup.  
Maja publishers, Nederland, 1983  
pp. 7.
- 2) Knapp M. La comunicación no verbal  
Editorial Paidos. Buenos Aires, Argentina, 1985.  
pp. 32.
- 3) Ekman P. Friesen W. Ellsworth P. Emotion in the human face  
Pergamon Press, N.Y. 1971  
pp. 216.
- 4) Knapp M. La comunicación no verbal  
Editorial Paidos. Buenos Aires, Argentina 1985  
pp. 95.
- 5) Vérut Dominique. Precolombian dermatology and cosmetology  
in Mexico  
Schering corporation, U.S.A. 1973.  
pp. 50.
- 6) Corson Richard. Fashion in hair. The first five thousand  
years  
Peter Owen LTD. London 1965  
pp. 19.
- 7) Ibid pp. 16-17.
- 8) Davis Flora. La comunicación no verbal  
Editorial Alianza. Madrid, España, 1972  
pp. 16

## CONCLUSIONES

1.- Desde los tiempos más remotos de la historia de la humanidad, el maquillaje ha sido un factor importantísimo para la vida social.

2.- Históricamente el maquillaje ha ido evolucionando, de acuerdo a las civilizaciones.

3.- En la actualidad el maquillaje es un elemento fundamental en los espectáculos artísticos (teatro, cine, televisión).

4.- El maquillaje es una forma de comunicación no verbal, tanto en las relaciones personales, de carácter social como en la relación masiva entre actores y público.

5.- En la comunicación cara a cara el maquillaje apoya varios comportamientos no verbales que son:

A) Cinésica.- Se encuentra presente en las expresiones faciales, porque las remarca o disimula.

B) Características físicas.- El maquillaje profesional las modifica en forma temporal y puede, con los años, cambiarlas permanentemente.

C) Entorno.- Dentro de éste, se encuentra el color, elemento inseparable del maquillaje tanto en el aspecto técnico - en el caso de la televisión, ya que ciertos colores provocan - determinados efectos ópticos en la pantalla; como en el psico-

lógico en cualquier tipo de maquillaje pues ciertos colores --  
provocan determinadas reacciones en quien los ve.

6.- El maquillaje, al ser una forma de comunicación no --  
verbal en el nivel interpersonal, también lo es a nivel masivo.

7.- El maquillaje en la televisión mexicana, surge por --  
una necesidad técnico-estética que es compensar el efecto de -  
las luces en los rostros, así como la caracterización de un --  
personaje determinado. Inmediatamente que se empieza a utili-  
zar se convierte en un elemento más de comunicación no verbal-  
que lleva gran cantidad de mensajes al público y apoya la his-  
toria que se está contando.

8.- El maquillaje profesional para televisión es:

A) Un apoyo al mensaje visual porque dará la imagen de --  
los actores en la pantalla y los hará aparecer como el libreto  
y el productor necesiten.

B) Da ubicación de estatus.- Porque de acuerdo al persona  
je se maquillará al actor.

C) Da credibilidad y calidad de imagen.- Cuando el maqui-  
llaje está bien realizado hará que el público crea lo que está  
viendo en pantalla.

D) Da ubicación de época.- Deberá contar con el apoyo de-  
partamentos tales como vestuario, ambientación, escenografía  
e iluminación. Si alguno falla el resultado será incompleto--  
dando la impresión de falso.

9.- En la televisión ninguno de los elementos trabaja sólo, todos dan un resultado común. Sin embargo cada uno de ellos tiene su propio proceso y su propio valor comunicativo, en el caso del maquillaje es un elemento constituido por características tanto técnicas como artísticas que mejora por los adelantos en la ciencia cosmetológica y que es impulsado por las necesidades que plantean los adelantos científicos en la electrónica.

10.- La calidad del maquillaje que se realiza en nuestro país es muy satisfactorio y de gran contenido artístico y creativo ya que contamos con grandes profesionales mexicanos en cuanto al maquillaje para televisión.

11.- Es necesario incrementar el interés de profesionales en comunicación visual en esta materia para capacitar y aprovechar al máximo los recursos que el maquillaje proporciona a la imagen visual.

## BIBLIOGRAFIA

Angel Jeff. The make-up difference.

Dowa Planning Inc. Publisher. Tokio, Japon, 1986.

Autores Varios. Enciclopedia de México.

Impresora y Editora Mexicana S.A. de C.V. México, 1977

Tomo IV.

Autores Varios: Televisa quinto poder

Editorial Claves Latinoamericanas S.A. de C.V. México 1985

Berlo K. David. El proceso de la comunicación

Editorial "El Ateneo", Buenos Aires, Argentina. 1981.

Condon W. Sander L. W. Neonate movement is synchronized with adult speech. (international participation in Language Acquisition).

Academic Press. N.Y. U.S.A. 1974.

Corson Richard. Fashion in hair. The first five thousand years

Peter owen Ltd. London 1965.

Charlesworth W.R. Las expresiones faciales de los niños e infantes

Academic Press. N.Y. 1973

Davis Flora. La comunicación no verbal

Editorial Alianza. Madrid, España 1972.

De Fleur M.L. Teorías de la comunicación masiva

Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1980.

- Eco Umberto. La estructura ausente  
Editorial Lumen. Barcelona, España, 1972
- Ekman P. La comunicación no verbal  
Academic Press. N.Y. 1973
- Jans M. Van Eijk S. Hatgers Z. Faces fantasy makeup  
Maja Publishers. Nederland. 1983.
- Kehoe Vincent. The technique of film and television makeup  
Hasting House Pub. U.S.A. 1975
- Knapp M. La comunicación no verbal  
Editorial Paidos, Buenos Aires, Argentina, 1985.
- Mandelbaun D.G. Selected writings of Edward Sapir  
University of California Press. L.A. California. 1949.
- Meharbian A. Lugares públicos y espacios privados  
Basic Books. N.Y. 1976.
- Mejía Prieto Jorge. Historia de la radio y televisión en Mé--  
xico  
Editores Asociados S. de R. L. 1972.
- Menéndez Antonio. Comunicación social y desarrollo  
Facultad de Ciencias Políticas, UNAM. México. 1972.
- Millerson Gerald. Effective t.v. production  
Media Manuals, Focal Press. N.Y. 1980.

Moles A. Abraham, Rhomer E. Teoría estructural de la comunicación y la sociedad

Editorial Trillas, S.A. México. 1983.

Nelms Henning. Play production

Barnes and Nobel Pub. U.S.A. 1960.

Production Office Radio Nederland Training Center. Production Handbook

Radio Nederland. 1980.

Real Academia de la Lengua Española. Diccionario de la Lengua española

Editorial Espase-Calpe, S.A. Madrid, España. 1970.

Schramm Wilbur. La ciencia de la comunicación humana

Editorial Grijalbo S.A. México, 1982.

Shontz F. C. Aspectos perceptivos y cognoscitivos de la experiencia del cuerpo

Academic Press. N.Y. 1969

Staff of BBC. Television training

BBC. Londres, Inglaterra, 1976.

Vérut Dominique. Precolombian dermatology and cosmetology in Mexico

Schering Co. U.S.A. 1973.

Zettl Herbert. The television production handbook

Wodsworth Pub. U.S.A. 1958.