

15
20j



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

EL FOTOGRAFISMO COMO SOLUCION GRAFICA

Tesis que para obtener el título de Lic. en Diseño Gráfico

presenta

Sergio Guzmán Zaragoza



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas

1993

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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

	pags.
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1 EL GRAFISMO Y LA FOTOGRAFIA	
1.1. La comunicación gráfica y sus elementos básicos.	5
1.2. La imagen fotográfica y sus elementos básicos.	9
1.3. El fotografismo como producto de la relación fotografía - grafismo.	12
CAPITULO 2 LA MANIPULACION FOTOGRAFICA EN EL DISEÑO GRAFICO	
2.1. La fotografía como técnica de representación gráfica.	15
2.2. El cartel como instrumento de comunicación.	23
2.3. La técnica fotográfica como apoyo para la solución de la imagen de un cartel.	27
CAPITULO 3 EL FOTOGRAFISMO EN EL DISEÑO GRAFICO ACTUAL.	
3.1. Aplicaciones del fotografismo en el diseño gráfico.	40
3.2. La funcionalidad de los mensajes solucionados por medio del fotografismo.	42
CONCLUSION	48
SECCION FOTOGRAFICA	50
BIBLIOGRAFIA	54

INTRODUCCION

Las tendencias en las imágenes de los mensajes comerciales en las últimas tres décadas, son causa de los cambios conceptuales a que dieron lugar corrientes artísticas como *el cubismo, el dadaísmo y el pop art*, entre otras, mismas que influyeron de manera directa para el nacimiento de esta nueva generación de mensajes, poco apegados a representar la realidad y más dedicados a dar una visión interpretada de ésta; tal vez esta inquietud surgió originalmente como protesta a los esquemas establecidos; pero hoy en día su eficacia y vigencia en el área publicitaria y artística es muy evidente.

Hace algunos años en México aparecieron una serie de mensajes televisivos, donde la imagen era manipulada electrónicamente por ejemplo los de una campaña contra la drogadicción, presentando una escena en blanco y negro y reservando zonas en colores brillantes, para después transformarse en una imagen policromática, motivando por su carácter efímero y llamativo la necesidad de investigar los principios en los cuales se apoya dicha producción.

Gradualmente la manipulación de las imágenes ha multiplicado sus formas y aplicaciones, utilizándose en infinidad de mensajes para los medios impresos y audiovisuales principalmente. Su utilización es muy común y la mayoría de los consumidores la han aceptado sin dificultad. Su origen se remite hacia final de la Primera Guerra Mundial, su aparición está ligada al deseo de contraponerse a los estilos burgueses de principio de siglo fué en el medio impreso en donde el fotomontaje se constituyó como la semilla de la manipulación de imágenes, la cual ha evolucionado a la par del desarrollo tecnológico.

En la actualidad existen una gran variedad de métodos para la manipulación de imágenes. La presencia de sistemas computarizados permite realizar en forma rápida y

fácil esta actividad. Sin embargo, si se ignoran sus orígenes esta misma cualidad puede llegar a generar resultados repetitivos y monótonos, es preciso entonces antes de enfrentarse a cualquier proceso de manipulación, ya sea electrónica o de otro tipo, conocer los fundamentos básicos que la rigen. En este caso en particular de la comunicación visual, surge la necesidad de estudiar sus principios y procedimientos con el fin de poder aplicarlos en la manipulación de formas gráficas y alimentar así sus posibilidades creativas.

Esta investigación describe uno de los procesos de manipulación, el **fotografismo**, que se apoya esencialmente en los principios de las técnicas gráfica y fotográfica. Razón por la que estudiaremos en una fase teórica sus elementos y conceptos básicos, haciendo una recopilación y clasificación de ellos con el fin de dar una idea clara sobre sus características de producción. Posteriormente en una fase práctica se adaptará dicho procedimiento como recurso para solucionar la imagen de un cartel como proyecto específico de diseño. Para finalmente en una fase de análisis mostrar las aplicaciones que se le dan y los factores que determinan la funcionalidad de este tipo de mensajes.

Es importante mencionar además un interés personal por vincular la actividad fotográfica de manera más profunda en el quehacer del diseñador gráfico, debido a que sus posibilidades no han sido aprovechadas en todas las áreas del diseño, como por ejemplo en la creación y tratamiento de logotipos, emblemas, texturas, etc.; tratados la mayoría de las veces con las técnicas tradicionales.

El tema muy interesante pero demasiado extenso, me obliga a concretarme a una técnica fotográfica accesible para cualquier diseñador con conocimientos elementales de fotografía, y debido a que en esta disciplina existen algunos métodos que requieren de otros conocimientos específicos, y no se persigue convertir al diseñador gráfico en un experto en procesos fotográficos especiales, sólo se enumeran algunos y se presta mayor interés a aquellos que no requieran de conocimientos demasiado profundos y se puedan resolver con un mínimo de material, equipo y conocimiento fotográfico. Desarrollando el proyecto en dos etapas principales: la primera una recopilación de datos bibliográficos y hemerográficos apoyándose considerablemente en el intercambio de conocimientos durante el seminario, y en la experimentación dentro del laboratorio fotográfico para lo que se anexa una sección con algunas de las fotografías obtenidas en dicha etapa.

CAPITULO

1

EL GRAFISMO Y LA FOTOGRAFIA

1.1. La comunicación gráfica y sus elementos básicos.

Una de las actividades importantes para el ser humano ha sido la comunicación, hecho que se da como respuesta a las necesidades de expresión y aprendizaje que se establecen entre los individuos y los grupos sociales; los cuales se han auxiliado de innumerables medios e instrumentos, para desarrollar conjuntos de signos organizados por una sintaxis propia para cada uno de los distintos lenguajes.

En realidad, todo lo que el hombre es capaz de expresar lo hace a través de mensajes estructurados, a partir de un sistema de signos comunes para cada uno de los integrantes de dichos grupos; lo cual implica que los receptores conozcan el código, así como la sintaxis del mensaje que se recibe. Esta actividad ha adoptado muy variables modalidades, según las necesidades de los individuos; es por ello que existen lenguajes musicales, escritos, visuales, etc. Todos ellos con el fin de comunicar y persuadir al receptor, conduciendo su interés hacia algún hecho, objeto o idea determinados. Entre esta variedad de modalidades, la comunicación visual se ha desarrollado notablemente en los últimos años. Este proceso se basa en el fenómeno fisiológico de ver, capacidad que requiere de una mínima cantidad de energía física para captar enormes volúmenes de datos, de manera instantánea y automática.

La facilidad que representa conocer y comprender nuestro entorno por medio del conocimiento visual, lo convierte en una incomparable herramienta para la comunicación humana; organizando así, desde la infancia, gran parte de nuestras experiencias en base a lo que vemos. La preferencia por este tipo de lenguaje, además de ser un apoyo magnífico a nuestros conocimientos, está dada principalmente, por el carácter realista y directo de sus contenidos: constituyendo así, una aproximación a la naturaleza auténtica.

La comunicación visual se fundamenta en los llamados signos icónicos los cuales son formas cuya imagen nos hace reaccionar, recordando algo con lo que las relacionamos, en este sentido la fotografía y el grafismo son dos técnicas visuales basadas en los signos icónicos. Su manera de producir dichos signos es la principal característica que las distingue, sin que por esto dejen de ser complementarias. Para poder entender más claramente como se relacionan, se explicará a continuación sus cualidades principales.

La producción de signos gráficos implica el trazo de puntos o líneas sobre un soporte bidimensional, realizado con algún instrumento cuya marca ocasione contraste con el fondo. Esto requiere de una secuencia evolutiva de actos físicos del individuo, con el propósito de lograr conjuntos expresivos. En este quehacer se involucran la imaginación y la mano; es decir, a partir de una retroalimentación de los recuerdos y las imágenes que se están viendo, se determina lo que se desea expresar gráficamente. En todo este proceso se cuenta con la posibilidad de improvisar, además con una flexibilidad tal, que puede modificarse el sentido o la estructura del mensaje durante su desarrollo; por lo que al procedimiento gráfico se le atribuyen cualidades de idear, abstraer y ejecutar en forma simultánea.(1).

(1) Joan Fontcuberta., FOTO-DISEÑO, pp. 172-175

Los elementos básicos de la comunicación gráfica tienen su origen en dos conceptos abstractos: el punto y la línea, que el hombre ha creado con el fin de poder determinar un lugar en el espacio y el espacio mismo.

El punto no tiene equivalencia real en la naturaleza, se genera al hacer intersección las posiciones vertical y horizontal; con las que el ser humano establece su equilibrio y su ubicación. Es por eso que el punto no tiene forma ni tamaño, tan sólo designa un lugar.

Gráficamente el punto puede tener infinidad de tamaños y formas, pero su finalidad es la misma, representar un lugar dentro de un espacio. Cuando éste se mueve y describe una trayectoria, da origen a otro elemento distinto que es la línea, la cual designa una dirección; mediante la combinación de estos elementos, se logran obtener estructuras más complejas, como son: contornos y texturas. Existiendo tres contornos básicos: el círculo, el cuadrado y el triángulo, cada uno de ellos con características y estructuras perfectamente definidas. Se les atribuyen una gran cantidad de significados, unas veces, por asociación, otras por adscripción arbitraria o en función a apreciaciones psicológicas.

Por otro lado, la textura puede apreciarse mediante el tacto o la vista. La táctil está en relación directa con la disposición variable de los elementos que conforman la superficie del material; aunque es posible que alguna textura no posea una cualidad táctil pero sí una óptica.

En el grafismo la textura óptica obedece a la gradación de contraste entre la figura y el fondo. Para representar gráficamente un objeto tridimensional, los grafistas se auxilian del efecto de perspectiva, reforzándolo, mediante el manejo tonal del claroscuro producido por las texturas. Nuevamente al combinarse cada uno de los elementos antes descritos y guiados por ideas surgidas de la imaginación humana, generan estructuras aún más complejas, constituyendo entonces lo que conocemos como expresión gráfica, como por ejemplo la pintura, el grabado, la fotografía, etc. Cada una de ellas con sus respectivos modos de producción pero basados en el punto y la línea como elementos fundamentales.

Las estrategias de organización de dichos elementos son muy variadas, obedecen a

conceptos de época: sin embargo se puede establecer una constante en cada una de ellas, la búsqueda de la armonía, que persigue como único fin, encontrar la correcta relación estética en los conjuntos producidos.

Otros elementos que también intervienen en la expresión gráfica son: luz, tono y color, los cuales trataremos en el siguiente subíndice, debido a su importancia en el proceso fotográfico.

1.2. La imagen fotográfica y sus elementos básicos

La pintura, en los siglos XVII y XVIII, con su manera subjetiva de interpretar la realidad y sus cualidades de única e irrepetible en cantidades comerciales, originó la necesidad de buscar otro medio que representara lo más fielmente posible, la vida de una sociedad que se iniciaba en el consumo masivo de información visual. El grabado, el cual solucionó parcialmente esta necesidad de consumo, seguía manteniendo la cualidad interpretativa que poseía la pintura resultando una interpretación en segundo grado, alejándose cada vez más de la realidad.

La cámara oscura que era ya utilizada en aquel tiempo por algunos dibujantes poco aptos para el trazado, es considerada como el origen de la producción fotográfica, ya que a partir de ella se obtuvieron las primeras imágenes sobre un soporte fotosensible. Aunque hasta hoy en día se desconoce cual fué en realidad, la primera obra fotográfica, se ha adoptado el año 1827 y la obra de Nicephore Niepce como la primera impresión fotográfica que se publica (2). Desgraciadamente, si existió cualquier otra que antecedió a ésta, debe haber desaparecido, su existencia aunque no puede ser probada, tampoco se puede negar.

La fotografía es un procedimiento que se basa en el efecto que causa la luz sobre un soporte sensible a esta acción, provocando un contraste entre la figura y el fondo; de ahí que el prefijo *photo*-luz y *graphe*-grafía, en el sentido de trazo sean base de su definición.

La luz puede tener origen de fuentes diversas, ya sean objetos que emitan luz propia, o bien, de objetos iluminados que son aquéllos que reflejan la luz que reciben de objetos luminosos. Es importante mencionar que la luz, al igual que los rayos X y las ondas de radio, son una forma de energía electromagnética y la diferencia entre éstas es su longitud, es decir: la distancia de la cresta de una onda a la cresta de la siguiente.

(2) Joan Fontcuberta., FOTO-DISEÑO, pag. 25

(3) Enciclopedia Salvat de la fotografia creativa.,
LA MAGIA DEL COLOR, pag. 114

La longitud de onda de la luz visible es de 1/2000 de milimetro aproximadamente (3). Las ondas de energía luminosa son captadas por el nervio óptico, el cual conduce estos datos al cerebro, en donde se les asigna a cada una un valor cromático, que interpreta la más larga como el rojo y la más corta como el violeta, existiendo entre ellas una gran variedad intermedia. En la luz del día se mezclan todas las longitudes de onda dando como resultado una luz blanca.

(4) Ana María Celto., LA LUZ, pag. 19

Existe una gran diversidad en los elementos que conforman a los objetos, en algunos casos, éstos dejan pasar casi todas las ondas, reflejando una mínima cantidad de ellas, es entonces cuando los objetos son considerados como transparentes; en la medida que la reflexión de ondas aumenta y por consiguiente la transparencia disminuye, los objetos son considerados como traslúcidos; por último cuando dichos elementos no permiten el paso de ninguna longitud de onda y lo que hacen es reflejarlas se les clasifican entonces como materiales opacos. Ahora bien, la razón por la que vemos diferentes colores en los objetos, es por que los materiales sólo reflejan determinadas longitudes de onda absorbiendo el resto.(4)

La variación de la luz en la naturaleza tiene una gran cantidad de grados con diferencias muy sutiles entre una zona y otra, producidos por un auténtico cambio en la intensidad luminosa, lo cual hace posible distinguir ópticamente los datos visuales del entorno. Pero cuando hablamos de tonalidades en las representaciones gráficas como la fotografía, nos referimos entonces a alguna clase de pigmento o aluros de plata que se utilizan para simular el tono que hay en la naturaleza. Es importante mencionar que el tono, es una propiedad de la luz completamente independiente al color; es decir, que no importa la longitud de onda de que se trate, el valor tonal sigue existiendo.

Gracias a las propiedades de la luz, y a través de la técnica fotográfica, podemos producir imágenes, partiendo únicamente de valores de luz y sombra; registrando las situaciones de la realidad en una traducción de datos luminosos, en forma de manchas sobre un soporte fotosensible, de manera global, sin discriminar ningún detalle, captando y reproduciendo de modo automático una fracción de tiempo y espacio determinados; basándose en procedimientos ópticos, químicos, físicos y mecánicos.

1.3. El fotografismo como producto de la relación

fotografía-grafismo

Tanto el desarrollo de las artes visuales como el de la comunicación han sido determinados históricamente por dos factores constantes, la utilidad y la estética, creando dos grupos: Las artes aplicadas y las bellas artes. En la actualidad el diseño gráfico es una disciplina de las artes aplicadas que proporciona criterios para la producción de mensajes gráfico-visuales, combinando las dos formas esenciales de la comunicación visual: la imagen y el texto, manipulando y organizando los elementos icónicos y tipográficos dentro de un espacio gráfico.

En el esquema 1 se enumeran algunos de los elementos que intervienen durante un proceso de diseño.

ESQUEMA 1

ELEMENTOS FIGURATIVOS

Geométricos
Abstractos
Naturales

ELEMENTOS ESTRUCTURALES

Tramas
Redes
Reticulas

ELEMENTOS SIGNICOS

Tipográficos
Numéricos
Simbólicos

ELEMENTOS GRAFICOS

Colores
Texturas
Líneas

ELEMENTOS CONCEPTUALES

Armonía
Composición
Proposición
Equilibrio

Al mismo tiempo, en esta actividad, se pone de manifiesto el uso de dos técnicas distintas de producción de imágenes: grafismo y fotografía. Pero cuando su manipulación se hace auxiliándose de un procedimiento foto-técnico post toma o de laboratorio se habla entonces de una manipulación fotográfica, en donde las imágenes, sean grafismos, tipografía o fotografías pueden ser alteradas con el fin de obtener un significado distinto al que tenían los elementos iniciales por separado, produciendo como resultado mensajes diferentes en forma y contenido. Por ejemplo, la palabra "enfoco" obtenida por cualquier medio de composición tipográfica, al ser sometida al desenfoco en una toma fotográfica o durante su impresión, se provoca una actividad más dinámica que cuando se encontraba en su etapa inicial.

En resumen esta actividad conocida con el nombre de fotografismo es una estrategia de manipulación de imágenes y textos que ya existían previamente o que fueron creados para este fin, guiados por una idea esbozada y tratados con procesos de la técnica fotográfica. En ella se prevén todas o en ocasiones sólo algunas de las siguientes acciones:*

(*)Con el fin de simplificar el procedimiento y adaptarlo a nuestro contexto de conocimientos, se hace aquí una síntesis de lo que Joan Fontcuberta cita en sus aportaciones sobre el fotografismo, tanto de los elementos que intervienen en el proceso de diseño como de las acciones antes descritas.

- Producción de imágenes específicas, ya sean manuales, o mecánicas.
- Producción de textos, por medios manuales, mecánicos o electrónicos.
- Producción de imágenes fotográficas específicas.
- Tratamiento fotográfico de imágenes y textos.
- Manipulación material de imágenes y textos en la compaginación del mensaje.
- Modificación del original por tratamientos fotomecánicos.

CAPITULO 2

LA MANIPULACION FOTOGRAFICA EN EL DISEÑO GRAFICO

2.1. La fotografía como técnica de representación gráfica

La necesidad de expresar carencias, temores y creencias condujo al ser humano a valerse de las representaciones que hacía de la naturaleza, atribuía en un principio un valor de realidad a la vez que un significado mágico a los datos que depositaba sobre paredes o cualquier otro soporte, manifestaba así su deseo de contener la naturaleza dentro de un espacio. Este acto requirió de todo un proceso de interpretación de la forma natural a partir de figuras, colores y sonidos; actividad que se ha desarrollado durante miles de años para poder apreciarla como ahora es. Aunque en la actualidad ya no se le atribuyen cualidades mágicas, sigue teniendo un alto valor de representatividad, debido a la semejanza que en mayor o menor grado guarda la representación con el objeto o momento al que hace referencia. Sin embargo, dicha semejanza resulta un tanto relativa, debido a que cada fenómeno que percibimos es captado por varios de nuestros sentidos en acción simultánea y distraer alguno de ellos da lugar a notables cambios en las representaciones; además los niveles perceptivos para cada evento cambian de una cultura, como de una época a otra. Otros factores importantes que intervienen es el carácter personal que le imprime el autor y el lenguaje que utiliza.

En general se puede considerar que una técnica de representación es la que se vale de los elementos propios de su lenguaje, ya sea en su forma básica o en sus combinaciones más complejas para expresar la idea o mensaje que se pretende.

Dentro de los modos de representación, la fotografía pertenece al grupo de las gráficas bidimensionales o planas. (5) Su producción está apoyada en los elementos básicos de la comunicación gráfica y en factores de carácter físico, óptico, químico y mecánico.

(6) Philippe Dubols., EL ACTO FOTOGRAFICO, pag.55

Una definición elemental de lo que es la fotografía, dice que "Es el rastro o huella, fijado sobre un soporte bidimensional, sensibilizado por cristales de alógenuros de plata, de una variación de luz emitida o reflejada por alguna fuente situada en un espacio de tres dimensiones." (6) Según lo anterior, los elementos necesarios para producir imágenes fotográficas serían: en primer lugar, un objeto que proporcione datos luminosos y en segundo la disposición de los elementos físicos, ópticos y químicos que hagan posible el registro de dichos datos. Sin embargo, los resultados obtenidos con los requisitos anteriores, no tendrían un valor expresivo mayor al de las huellas ocasionadas por los rayos solares en la piel de un vacacionista. Es necesario entonces considerar que al realizar imágenes fotográficas, no intervienen únicamente la luz y el soporte fotográfico; sino también la interpretación individual y sensible, con todas las características culturales, ideológicas y emocionales del sujeto que la produce. Además, la experiencia y el conocimiento que se tenga para comprender determinado evento son factores que forman parte importante en este proceso; pero sin duda la imaginación y la creatividad son piezas indispensables de esta actividad.

Con respecto a lo anterior se considerará como imagen básica en este proyecto, a la que es provocada por la forma al reflejar los rayos luminosos que inciden o son emitidos por ella, y son captados por el sentido de la vista sin que para esto intervenga ningún instrumento óptico, mecánico o de cualquier otro tipo que modifique su apariencia.

La fotografía al igual que las demás técnicas de representación, cuenta con un conjunto de elementos que auxilian al autor en la tarea de interpretar la realidad, manipulando su apariencia según las necesidades expresivas.

Por consiguiente, la manipulación de la imagen fotográfica puede darse de las siguientes maneras:

a) Tratamiento del modelo

En una representación fotográfica, las relaciones de contraste, tamaño y contigüidad que guarda el modelo con los elementos que lo rodean, el espacio que lo contiene y de igual forma las sensaciones de movimiento o reposo que se manifiesten en la imagen básica; pueden ser modificadas, de acuerdo a los criterios creativos del autor. Esta manipulación es determinada por la combinación de los factores ópticos, mecánicos y naturales, que influyen directamente en el aspecto de la imagen fotográfica final, dichos factores son:

- Encuadre
- Composición
- Iluminación
- Velocidad de obturación
- Apertura de diafragma

b) Alteración de la imagen

De igual manera cuando las estructuras internas de la imagen básica se alteran en sus relaciones de tamaño, proporción, continuidad y cromatismo; ya sea por medios ópticos, químicos o mecánicos, la imagen fotográfica final es modificada en su apariencia.

Esta manipulación puede ser ocasionada por los siguientes procesos:

- Descentramiento
- Por óptica
- Desenfoque
- Flou
- Granulación
- Solarizado
- Efecto Sabatier
- Negativación
- Filtraje
- Pirograma
- Quimigrama
- Bajo relieve
- Separación de tonos
- Línea de Mackie
- Lentillas de efectos
- Monocromatismo
- Saturación de color

c) Adición de los elementos a la imagen

Otra manera de modificar la apariencia real en una representación fotográfica, se logra al integrar elementos ya sea que estos tengan o no semejanza con los que componen la imagen básica.

Los medios que hacen posible esta manipulación son:

- Imagen múltiple
- Sobre impresión
- Sandwich
- Reticulado
- Coloración manual
- Retoque de negativo
- Reflejos externos
- Montaje fotográfico

d) Eliminación de elementos de la imagen

Con relación al inciso anterior y en sentido opuesto al mismo este grupo se caracteriza por eliminar algunos de los elementos que componen la imagen básica modificando la apariencia de la representación fotográfica.

Para esta manipulación se efectúan los siguientes procedimientos:

- Enmascarado
- Revelado selectivo
- Rayado de negativo

Existe otro conjunto de medios a través de los cuales se puede manipular la imagen fotográfica, pero por sus procesos más elaborados o materiales especiales se han clasificado en un grupo al que se llamará:

e) Tratamientos especiales

Este conjunto de procedimientos es considerado como especial, debido a que en los cuatro casos anteriores, los procesos pueden ser resueltos con película negativa o inversible, de color o blanco y negro. Materiales que son considerados los más "comunes" a diferencia de los que en éste grupo se enumeran y que requieren de una técnica diferente y en ocasiones más compleja en su composición química o en su desarrollo.

Pese a esta diferencia, las posibilidades de manipulación de la imagen básica en una representación fotográfica, son igual de importantes que las anteriores, los procesos son los siguientes:

- Goma bicromatada
- Agua fuerte
- Color Key
- Película de equidensidades
- Proceso Vandyke
- Proceso a la leche
- Calotipia
- Cianotipia
- Colodion

- Proceso Pellet
- Proceso ferrogálico
- Papel salado
- Bromoleo
- Película de línea
- Película Infrarroja
- Reducción
- Película Polaroid
- Fotocopia
- Radiografía
- Termografía
- Viradores
- Posterización

Hay dos elementos más que auxilian en la manipulación de la imagen; sin embargo, por su misma naturaleza no pueden ser integrados a ninguno de los grupos anteriores, ya que por sus cualidades son considerados como el principio mismo de la imagen fotográfica; me refiero al fotograma y al fisiograma, los cuales son la esencia de cualquier fotografía. Muy comúnmente son clasificados como efectos fotográficos, tal vez debido a que la tecnología se ha sofisticado a tal grado que ahora en una representación no es sencillo reconocer su presencia, pero para ello sólo basta recordar que la fotografía parte del registro de la variación de luz, que puede provocarse al obstruir los rayos luminosos o por el cambio de posición del objeto que los emite o refleja.

Para concluir, es importante mencionar que las posibilidades expresivas de todos estos elementos se enriquecen enormemente al combinarlos entre ellos, generando más opciones.

La manipulación de la imagen fotográfica puede ser realizada antes, durante el proceso de la toma o bien después del mismo, dando la posibilidad de que una imagen anteriormente manipulada se tome ahora como básica, sometiéndola a nuevas manipulaciones.

El ordenamiento de los elementos auxiliares de la manipulación fotográfica se ha realizado a partir de las necesidades que plantea este proyecto; la existencia de clasificaciones distintas no constituyen una negación, si no por el contrario la base de la que se ha partido para seleccionar estos elementos de entre otros tantos, agrupándolos según los requerimientos de este estudio.

2.2. El cartel como instrumento de comunicación

La comunicación en cada una de las diferentes épocas ha sido indispensable, sobre todo en la última mitad de este siglo donde las comunicaciones masivas juegan un papel muy importante y evolucionan con gran rapidez. Inicialmente los medios de difusión colectiva se dividen en audiovisuales e impresos, de éstos últimos haré referencia particularmente a uno de los más utilizados; el **cartel**, considerado por algunos como la forma más antigua del diseño gráfico. Su manera de comunicar esta basada en imágenes bajo conceptos artísticos, lo que le ha permitido difundirse internacionalmente. Aunque los criterios para elaborar los mensajes, así como el contenido, difieren de una cultura a otra, se le reconoce como instrumento informativo de alta capacidad. Su facilidad para proporcionar datos históricos, económicos, políticos, etc, y la asimilación a su entorno han hecho del cartel el recurso más accesible para expresar las ideas de cualquier grupo social apoyándose de él para su desarrollo cultural. Al respecto algunos especialistas manifiestan que:

"El cartel ante todo es una forma de creación artística, un medio de difusión de la cultura y la promoción de acciones políticas y sociales..." (7)**

..." Es su carácter sintetizador de mensajes lo que termina por hacerlo parte de la ciudad. A pesar de que son objetos útiles, fechados y distribuibles que dejan una marca en la cultura de su tiempo..." (8)**

Una de las características del cartel es su distribución que se realiza numérica y espacialmente a diferencia de los medios audiovisuales donde el mensaje fluye por nuestros sentidos sin interrumpirse, por el contrario, en el cartel aunque también se respeta el orden dado por la composición, existe la posibilidad de interrumpir, retornar o releer con el fin de descifrar o profundizar en el contenido. (9)

(7)** Gustavo Chapela Castañares: pag.10

(8)** Alejandro Moreno Toscano: pag.12

(9) Daniel Prieto Castillo: DISEÑO Y COMUNICACION, pag.127

A pesar de que sus propias características legeneran algunos condicionantes, como son los recursos con que logre atraer la atención de su receptor, esto no quiere decir que su capacidad de comunicar se vea limitada, simplemente habrá que considerarlas para evitar caer en un absurdo como el que sería querer presentar en un cartel, a ocho columnas un suceso, apoyándose únicamente en texto y sin ninguna imagen.

Victor Flores Olea considera que:..." Como síntesis de contenidos y formas su fuerza radica en la imagen, y sobrevive gracias a la posibilidad de llegar a un gran número de receptores..." (**)

El cartel actual tiene su origen, posiblemente en el desarrollo de la imprenta y la litografía. En América Latina encontramos los primeros indicios en las estelas y códices de las culturas prehispánicas, aunque afirmar que son sus antecedentes directos resultaría muy relativo, pues los artistas que los realizaban eran también reconocidos como los primeros periodistas o notarios de la antigüedad; la realidad es que su actividad tiene mucho que ver con lo que ahora hacen los diseñadores de cartel. Realmente no se puede precisar con exactitud su nacimiento, hacerlo nos llevaría fuera de los límites de este estudio.

En México se viven etapas importantes del cartel con la obra de José Guadalupe Posada con sus temas políticos y posteriormente en 1968 con la promoción de eventos deportivos y políticos. A partir de esas fechas el cartel empieza a tomar mayor fuerza y es clasificado por su contenido en: político, cultural y comercial. Existen otras temáticas que no poseen una clasificación individual como los deportivos o los religiosos, tal vez por que se engloban generalmente dentro de las culturales.

Su evolución al igual que los demás medios masivos ha obedecido a factores de índole cultural; pero también a los avances tecnológicos de los últimos años en las técnicas de impresión; a las escuelas especializadas; y la fuerte competencia comercial que ha conducido el sentido y la forma del cartel actual. Asimismo la proliferación de galerías, eventos, y publicaciones de diseño, fomentan su existencia en nuestra sociedad.

"Toda institución o entidad que solicita los servicios del cartel para promover el consumo de determinados artículos en el mercado, la difusión de espectáculos, el turismo o las campañas de orientación social, ejercen una influencia en la existencia de esta modalidad gráfica. Otro aspecto a considerar en el devenir del cartel es la asimilación de antecedentes estéticos de las vanguardias artísticas que han enriquecido su función comunicadora en la sociedad...." (10)**

(10)** Rene Ascuy, pag.19
PRIMERA BIENAL DEL CARTEL EN MEXICO (Entrevistas)

Es sobre todo la manera concreta e impactante de comunicar a través de la imagen, generada por el diseñador, lo que logra que el público se identifique ideológicamente con sus contenidos.

Es por esto quizá que algunos buenos ejemplos de cartel, prolongan su tiempo de vida útil. Cuantas veces son despegados de la pared o del pizarrón para formar parte de una colección o como elemento decorativo dentro de las casas o comercios, con el fin de embellecer un espacio vacío.

"El cartel es mucho más accesible, que la pintura. Un cuadro es caro, delicado y difícil de adquirir. El cartel no es nada de eso y llena una necesidad, necesidad que es la misma que lleva a los campesinos a recortar las ilustraciones de revistas y pegarlas en paredes....." (11)

(11) Felix Bellan: ACERCA DEL DISEÑO, pag.57

Por su producción seriada el cartel supera considerablemente en número a la obra pictórica y una mayor cantidad de personas tiene acceso a él.

La estrategia para organizar la estructura interna de un cartel ha tenido que ver siempre con las tendencias artísticas de la época, existen tratados que describen su desarrollo histórico de manera detallada. Sin embargo, es difícil establecer un esquema que nos proporcione datos específicos sobre sus normas constructivas debido a que:

- Es un producto que surge de las relaciones del ser humano en sociedad, lo cual es muy variable.
- Existen una gran diversidad de culturas con antecedentes distintos.

El cartel es entonces, una fusión de imágenes y elementos tipográficos impresos en un soporte bidimensional en donde se expresan las necesidades ideológicas y utilitarias de la sociedad de una época, en base a criterios artísticos.

2.3. La técnica fotográfica como apoyo para la solución de la imagen de un cartel

El uso de la imagen fotográfica en mensajes publicitarios no es nada nuevo, se origina con el surgimiento de la competencia comercial; lo más reciente es la aplicación de imágenes manipuladas en mensajes impresos o audiovisuales.

El fotografismo está basado en la manipulación de la imagen por medio de la técnica fotográfica, la cual se ha descrito a grandes rasgos en el subíndice 2.1. Profundizar en este trabajo sobre cada uno de sus métodos resultaría poco provechoso, además del riesgo de confundirlo con un manual de procesos establecidos y considerar equivocadamente a los aquí contenidos, como los más adecuados para un proyecto creativo, cayendo en una esquematización poco positiva para la actividad artística.

En un intento por adecuar la técnica fotográfica a un proceso de diseño, se ha experimentado y especulado sobre los posibles resultados, obteniendo una gran cantidad de opciones gráficas y expresivas. Tal es el cúmulo de datos registrados en esta etapa, que bastarían para hacer un estudio, similar a éste, de cada uno de dichos métodos. Es por esta razón que sólo describiré los procedimientos que contribuyeron al resultado final. Además de delimitar los alcances que en un principio se plantearon para este proyecto que pretende solucionar por medio del fotografismo la imagen de un cartel promocional de la marca Victorinox fabricante de cuchillería, de origen suizo; productos que son importados por ALBIS S.A. de C.V. una empresa comercializadora mexicana que promueve su venta a comercios y particulares del ramo. Las piezas más representativas de estos productos son navajas de acero inoxidable con accesorios múltiples, tradicionalmente con cachos rojas y una incrustación metálica de su logotipo, su uso más frecuente en nuestro país es para actividades de campismo.

Los elementos que intervienen en el diseño son :

- El logotipo de color blanco que aparece en la catcha.
- La palabra Victorinox en una familia tipográfica romana, todo en altas y de color rojo.
- Texturas naturales o gráficas.

De los cuales se realizaron, según el caso, originales mecánicas para obtener un juego de negativos y positivos, limpios y retocados correctamente; en las mismas condiciones, un juego de negativos y positivos de pantallas de texturas transferibles, y negativos de texturas naturales. Además, micas de color rojo, amarillo, verde y azul, todo en tamaño oficio 34 x 21.5 cm.

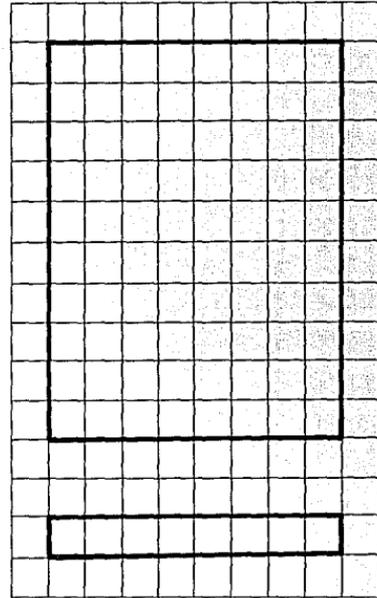
El material y equipo fotográfico mínimo necesario fue el siguiente:

- Cámara reflex de 35mm. con objetivo de 35-80 mm.
- Filtros de corrección y efectos
- Lentillas de acercamiento
- Triple
- Mesa de luz con ponches de registro
- Ampliadora para color
- Equipo de revelado de película y papel para blanco y negro
- Película plus X Pan de 35mm.
- Película reversible de color de 35mm.
- Revelador para película y papel blanco y negro respectivamente

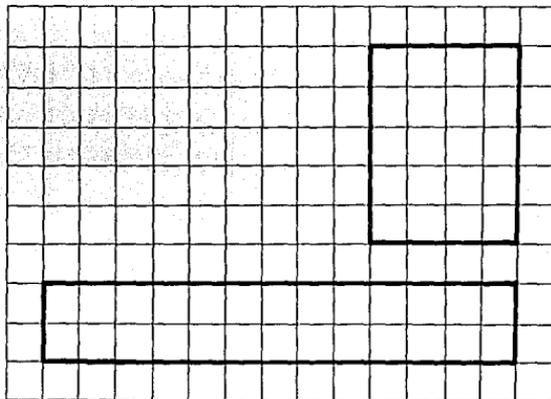
- Revelador para papel de color
- Papel de color 8 x 10 "
- Papel para blanco y negro 8 x 10 "
- Virador sepia
- Chicote disparador

El diseño fue resuelto en un espacio proporcional a 60 x 40 cm. en posición horizontal, debido a criterios compositivos; ya que al trazar las envolventes del logotipo y la tipografía de manera independiente, sus proporciones varían en forma considerable dependiendo del arreglo. Es decir, en un formato en posición vertical, dividido en tercios y en un arreglo central con la tipografía ubicada en el tercio inferior y el logotipo ocupando los dos superiores; la proporción es de 80 unidades cuadradas del logotipo, contra ocho unidades cuadradas de la tipografía, ocasionando a esta última una pérdida de jerarquía en tamaño con respecto al logotipo y el espacio que los contiene.

(fig. A)



Ahora bien, en un formato en posición horizontal, dividido en tercios con un arreglo alineado a la derecha, en donde la tipografía está situada en el tercio inferior ocupando un espacio de 26 unidades cuadradas y el logotipo con 20 unidades cuadradas y ubicado en el extremo derecho de los dos tercios superiores, en posición perpendicular a la base con respecto a su eje vertical. (Fig.B)



(Fig.B)

Esta última resulta la mejor opción, ya que no genera ninguna tensión y las proporciones de los elementos se equilibran; además el sentido progresivo en la lectura de la tipografía, nos conduce a la parte inferior del logotipo donde las diagonales guían nuestra atención en dirección ascendente y se logra que nuestra vista se desplace por el interior del espacio compositivo; el cual de esta manera se distribuye en un 30% de su área para el logotipo y la tipografía y el 70% restante para el fondo, donde intervienen texturas gráficas o naturales y colores planos o degradados, cuyo uso se da en función de los requerimientos conceptuales que se explicarán más adelante.

Ahora procuraré describir de manera sencilla y práctica los procesos empleados en la producción de la solución obtenida, no sin antes aclarar, que los procedimientos aquí empleados no son únicos y que existen infinidad de caminos más o menos complicados que nos conducen a los mismos resultados. Elección que no puede ser predispuesta considerando que los factores que lo determinan son distintos para cada caso.

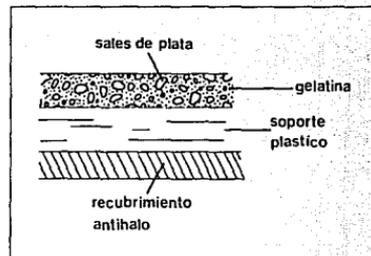
Con la intención de conjugar los distintos grupos en que se dividieron los métodos de la manipulación fotográfica, se integró al resultado final, al menos uno de cada grupo.

La etapa de producción se dividió en dos partes:

- Producción de material impreso
- Reproducción de material impreso

Primera parte, se obtuvo una imagen fotográfica monocromática de textura natural, hecha a partir de hojas secas de árbol, con una iluminación lateral indirecta, con el fin

de resaltar la textura y suavizar las sombras, por medio de una película para blanco y negro Plus X Pan; la cual está constituida básicamente por una capa de gelatina que contiene sales de plata sensibles a la luz; adheridas a un soporte plástico por uno de sus lados y por el otro una capa de recubrimiento antihaló. (Fig.3)



(Fig.3)

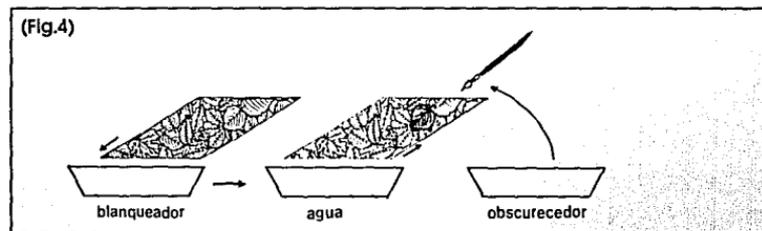
El principio en que se basa el grabado fotográfico en esta película es el siguiente: las sales de plata responden en las zonas afectadas por la luz, ennegreciéndose al entrar en contacto con un agente revelador: posteriormente aquellas sales que no recibieron estímulo luminoso son eliminadas por el baño fijador, el cual al mismo tiempo endurece las sales restantes dejando una imagen negativa, en donde lo negro corresponde a las zonas luminosas del objeto y las transparentes a las oscuras. Al imprimir el negativo las sales ennegrecidas y fijadas bloquean el paso de la luz, que es proyectada a través de éste hacia un soporte fotosensible, similar a la película, pero en lugar de plástico tiene soporte de papel. Se repite el mismo proceso y da como resultado una imagen positiva. Volviendo a la imagen de la textura, fue revelada e impresa del modo antes descrito. Una vez seca la copia se sometió a un proceso de virado; que consiste en modificar o sustituir los componentes químicos de la imagen revelada por los de otro color.

(12) Paul Petzold: EFECTOS Y EXPERIMENTOS EN FOTOGRAFIA
pag.165

Los principales pasos son el **blanqueado** que se logra con una solución de 1:5 partes de ferricianuro potásico y de bromuro potásico que convierte a la imagen metálica de plata en aleros de plata. Y el **oscurecimiento** que se logra con una solución de 1:5 partes de sulfuro sódico (12).

Es posible realizar un virado parcial auxiliándose de una mascarilla plástica que evite el contacto de la impresión con los químicos; -el pegamento de hule diluido sirve muy bien para este propósito-.

También es posible hacer un oscurecimiento selectivo, se logra después de blanquear la copia que deberá lavarse bien para eliminar residuos químicos y dejarla secar, después se aplica con un pincel el oscurecedor sobre las partes seleccionadas hasta lograr el tono deseado. Es importante que este último químico sea diluido con agua en proporción de 3:1 aproximadamente, o más si es necesario, para disminuir su velocidad de reacción y tener un mejor control. Una vez terminado el oscurecido se lava la copia con abundante agua, para eliminar residuos que puedan ocasionar manchas.(Fig.4)



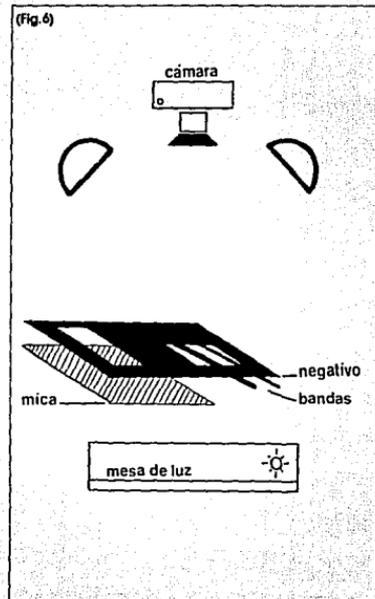
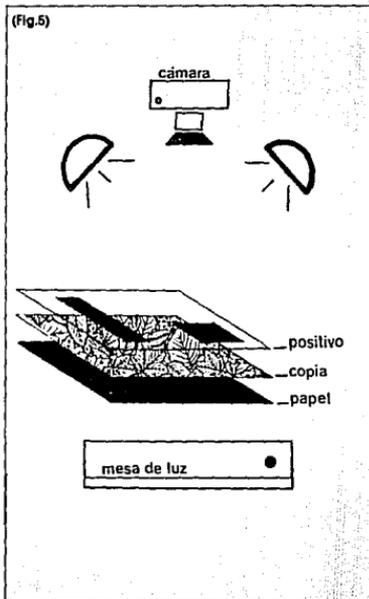
Segunda parte, antes de describir su desarrollo es necesario mencionar algunos aspectos importantes.

Un proceso de reproducción fotográfica consiste fundamentalmente en obtener una copia de algún documento o imagen que este impreso sobre un soporte bidimensional. Esta reproducción debe registrar lo más exactamente posible el contenido de dicho impreso, sin que exista ningún elemento que altere sus características; como por ejemplo: reflejos externos, distorsiones visuales, trastornos en los valores cromáticos o mutilaciones.

Un requisito importante para obtener una buena reproducción es la correcta elección del material fotográfico. Para esta parte del proyecto fue seleccionada una película de color tipo reversible para luz natural.

Durante la etapa de reproducción se agregó un elemento más de la manipulación fotográfica, el método de sobre impresión aunado al de enmascarillado, para integrar el logotipo y tipografía en la posición prevista. Para hacer esto se colocó sobre la mesa de luz apagada un pliego de papel negro mate y ensima la copia impresa obtenida en el paso anterior con los positivos del logotipo y tipografía sobre ella con el fin de reservar el área virgen en la película. Se activo previamente el dispositivo de exposición múltiple de la cámara, que ya estaba provista de un filtro para corregir la iluminación, que era artificial y se hizo la primera toma.(Fig.5)

En seguida se desalojó la mesa de luz, se encendió y se colocó sobre ella los negativos del logotipo y tipografía colocando una mica de color rojo y un par de bandas de color negro para darles la coloración correspondiente y se hizo la segunda toma. Todo esto impreso sobre el mismo cuadro de película procurando no perder el registro.(Fig.6)



Finalmente después de revelarlo se obtuvo el original con el resultado de la combinación de las dos etapas. Los elementos que estructuran conceptualmente la imagen, fueron resueltos bajo los siguientes parámetros:

Después de haber obtenido la información sobre los productos citados, se seleccionaron los enunciados más representativos, para hacer una abstracción de sus contenidos y traducirlos al lenguaje gráfico.

"Un siglo de tradición y experiencia respaldan las navajas de bolsillo VICTORINOX, fundada en 1884. En 1891 se efectuó el primer suministro al ejército suizo, el 12 de junio de 1897 la auténtica navaja suiza quedó registrada oficialmente; tras largos años de trabajo se desarrolló la forma ideal y el perfecto funcionamiento de cada uno de sus elementos. VICTORINOX garantiza la máxima calidad del acero inoxidable y el esmerado proceso de fabricación." (13)

(13) FOLLETO PROMOCIONAL VICTORINOX.

Un siglo de tradición: es representado gráficamente por el uso de tonos sepia, que nos remiten con su significado connotativo a un concepto de antigüedad.

La auténtica navaja suiza: La tipografía de la marca, en combinación con el logotipo en forma de cruz y en colores rojo y blanco respectivamente, nos evocan a la bandera de suiza como elementos más característicos. Y que se conservo como una constante para no perder la referencia de la nacionalidad de la marca.

Acero inoxidable: Concepto que es representado por la apariencia metálica del logotipo.

La textura de las hojas secas en el fondo, tienen como función, contextualizar su uso en actividades de campismo, presentando un elemento característico de dicho lugar y concretamente se refieren a la vegetación, correspondiente a los lugares boscosos de nuestro país.

La pigmentación en un sólo par de hojas, refuerza la idea de autenticidad y supremacía sobre las demás marcas, se establece un paralelismo entre los conceptos de las hojas vegetales y las hojas metálicas de la navaja.

Todos ellos conceptos que han sido resueltos a través de la fotografía como técnica de manipulación de imágenes, logrando un elevado detalle en las texturas así como brillantez y definición en los colores y las formas de los elementos gráficos. Dándole un efecto de fantasía que hasta siendo el más apto de los ilustradores me hubiera llevado algunos meses intentar lograrlo con las técnicas tradicionales, y que con el fotografismo ha sido resuelto en un par de días con un mínimo de material fotográfico.

A continuación se presenta la imagen resuelta para un cartel; aunque sus aplicaciones no se limitan a este único soporte, pues también puede ser funcional en muchos otros.



CAPITULO 3

**EL FOTOGRAFISMO
EN EL DISEÑO GRAFICO ACTUAL**

3.1. Aplicaciones del fotografismo en el diseño gráfico

Hasta hace algunos años la actividad fotográfica se limitaba a hacer representaciones objetivas de la naturaleza, su gran capacidad para traducir información visual con marcado realismo y sin perder ningún detalle, hicieron de ella el recurso óptimo para documentar los hechos de la vida. Sin embargo, su progreso no se ha estancado, el quehacer fotográfico busca ahora constituirse como un medio expresivo con carácter propio, generando diversas corrientes y estilos a la par de las demás manifestaciones artísticas.

Concretamente hablando del fotografismo, podemos ubicar sus orígenes en la época del surrealismo y citar al pintor, caricaturista George Grosz y al decorador John Hearffiel como los primeros creadores de fotomontajes, origen directo del fotografismo.(14)

En los últimos años las imágenes fotografísticas han invadido el medio publicitario, actualmente encontramos muy a menudo anuncios con efectos de virado, imágenes con texturas, solarizados, posterizaciones y más. Todos ellos considerados equivocadamente como accesorios de la imagen y ajenos al plan previo de diseño.

En los medios masivos de comunicación como la televisión, los ejemplos son también muy variados, los cortes de identidad de canal y un gran número de mensajes comerciales se apoyan en los conceptos de esta técnica de manipulación, sólo que en estos casos, se realizan con programas electrónicos. Actualmente la evolución de los sistemas de computo para la manipulación de imágenes es muy avanzada. En los medios impresos, la situación es la misma, como ejemplo, podemos citar el trabajo de la empresa Sistemas Gráficos, S.A. en Madrid, España. (15)

(14) Tobias M. Barthel
FOTOGRAFISMO PUBLICITARIO INTERNACIONAL

(15) FOLLETO ANEXO A LA REVISTA VISUAL #20

Su aplicación, sobre todo en los medios impresos, es a modelos naturales es decir : paisajes, arquitectura, retrato, etc. Dirigiéndose en menor grado a las formas abstractas o figurativas del diseño gráfico, como símbolos, emblemas o logotipos. Desgraciadamente como mencionamos antes, en pocos casos las soluciones de la técnica fotográfica forman parte del plan previo de producción de mensajes gráficos.

¿Por que no pensar entonces en una manipulación de elementos gráficos partiendo de las posibilidades que nos ofrece esta técnica?

Si le restarle importancia a los demás modos de representación, la fotografía sigue teniendo el más alto grado de credibilidad y ahora con la aceptación del fotografismo, se logra conjugar esta cualidad con los conceptos de corrientes artísticas contemporáneas. Para poder ejemplificar las aplicaciones que se le han dado a este tipo de imágenes, citare como ejemplo, el corte de identidad de Canal 11 de Televisión y las portadas de discos compactos entre otros.

3.2. La funcionalidad de los mensajes solucionados por medio del fotografismo

La preocupación por tener una vida satisfactoria y el afán por prever la existencia de los objetos para lograrlo, son probablemente las principales causas que motivan la actividad humana; paradójicamente a medida que algunas necesidades van siendo resueltas, se generan nuevas y más complejas con características tecnológicas y conceptuales, diferentes a las anteriores: por lo que apoyarse únicamente en experiencias pasadas resulta insuficiente.

Con el desarrollo industrial en la producción de objetos en serie y su intercambio comercial en volúmenes enormes las necesidades ya no obedecen tan sólo al orden natural sino más bien comercial.

Su elaboración plantea la presencia de metodologías que decodifiquen las demandas y ofrezcan datos que definan la función específica que deberán realizar los elementos satisfactores, apoyándose en métodos que prevean el tipo de material, color, textura etc. Es decir, todas las características que el producto final deberá tener.

A grandes rasgos, esta es la etapa, que ha merecido más atención tanto de técnicos como de teóricos del diseño, quienes consideran que es aquí donde debe solucionarse la correcta funcionalidad de los objetos.

Luis Rodríguez Morales analiza algunas de las tendencias teóricas sobre métodos de diseño y extrae los factores constantes, con el propósito de organizar una estructura que ordene y delimite sus alcances.

Factor tecnológico. Se incluyen los elementos y recursos que permiten utilizar y transformar los materiales para lograr la realización física del objeto.

Factor económico. Se incluyen los recursos financieros y los aspectos comerciales. Estimando los problemas de costo, distribución y venta bajo el principio de recuperar la inversión.

Factor de uso. Se busca posibilitar alguna actividad, de la manera más cómoda, fácil y eficiente.

Factor estético. Se pretende especialmente que los objetos sean agradables e ilegibles.

Factor simbólico. Si bien, en prácticamente todos los factores que conforman los objetos hay componentes psicológicos y culturales, es aquí en donde estos adquieren mayor importancia.

En base a lo anterior Rodríguez Morales define que: "Una forma funcional es aquella que en su síntesis logra un equilibrio entre los factores que la configuran, satisfaciendo los objetivos que para cada uno de estos factores se establezca." (16) Considera que la forma debe ser la síntesis y no la suma de los factores.

Es con esta estructura organizadora del proceso de diseño, que tenemos en nuestro país, uno de los más recientes trabajos de análisis y estudio del fenómeno creativo.

Esta teoría permite fundamentar casos particulares en el área del diseño gráfico donde el diseñador como parte importante en la proyección de productos para la comunicación, está obligado a contemplar dichos factores durante la búsqueda de soluciones funcionales para la actividad comunicativa.

En base a la propuesta anterior la funcionalidad de los mensajes resueltos a partir del fotografismo se da la siguiente manera.

En el ámbito tecnológico las posibilidades se han abierto de forma tal, que actualmente existen materiales y equipos cuya utilidad en la manipulación de las imágenes ha sido un factor importante.

(16) Luis Rodríguez Morales: PARA UNA TEORÍA DEL DISEÑO, pp.92-95

La integración de microcomponentes electrónicos en los sistemas fotográficos, como los dispositivos de exposición múltiple, los sensores que calculan y compensan automáticamente la exposición y los mecanismos de auto enfoque, entre otros; así como también los mini-laboratorios que proporcionan un terminado de alta calidad en el procesado de películas e impresiones en tiempos muy reducidos, y por otro lado la simplificación de procesos químicos que dan un mayor acceso tanto a profesionales como a aficionados permitiendo experimentar con los resultados; avances que han cambiado el sentido de la producción fotográfica, dando más libertad a la creatividad.

Con respecto a los factores económicos, gracias a la apertura comercial con el extranjero, es posible contar con una gran parte de esta tecnología a precios relativamente accesibles: sin embargo, lo más importante de este aspecto, es sin duda el ahorro en horas de trabajo, reduciendo el tiempo de realización de un diseño.

Ajustarse a presupuestos establecidos es una cualidad más de esta técnica, ya que cuenta con soluciones abundantes, por ejemplo en cuanto a impresión, existen opciones que pueden ser resueltas desde una sola tinta, duotonos y hasta selecciones de color; sus argumentos no se ven limitados más que por la creatividad del diseñador. Lo que nos remite a otra área, la de los factores estéticos, donde su funcionalidad está determinada por los gustos y tendencias de la época.

Este tipo de imágenes tienen hoy en día una gran aceptación del público, además están sustentadas por los criterios estéticos de la fotografía y el grafismo, técnicas que cuentan con teorías e investigaciones que fundamentan la función de la imagen.

En el caso concreto de los mensajes comerciales, que tienen como principal finalidad dar a conocer los beneficios del producto o evento que se promociona. El fotografismo aporta para este caso la posibilidad de mantener el contacto, a través de la imagen con el objeto referente, pero con las cualidades fantásticas que le da la manipulación y sin perder el grado de realidad, ofreciendo imágenes que enfatizan las propiedades del producto y sugieren la posibilidad de poseer materialmente una fantasía.

Aunque podría pensarse que el uso de las propiedades del fotografismo en la producción de estos mensajes nos puede conducir a contenidos incoherentes al exceder el grado de fantasía del receptor, este riesgo es mínimo, ya que estamos hablando de un terreno ilimitado que es la imaginación humana. Sin embargo, la evaluación de la experiencia visual de los consumidores, es algo que no podemos soslayar, ya que de esto depende la correcta función de dichos mensajes.

No hay que olvidar que los principios estéticos son el producto de la formación cultural, que esta determinada por las experiencias sensoriales del individuo en sociedad. La penetración cultural que sufre nuestra sociedad, es de niveles considerables, las tendencias extranjeras en materia de comunicación han invadido el ámbito publicitario mexicano, dando origen a una nueva generación de mensajes con características muy particulares, que influyen en la visión tanto de los productores como de los consumidores de mensajes.

Como diseñadores no podemos ignorar esta fusión cultural, en el momento de concebir nuestras soluciones; resultaría absurdo emprender cualquier tipo de proyecto, sin reconocer la actual situación de nuestra sociedad, de igual manera, resultaría contraproducente dar marcha atrás o tratar de borrar las experiencias externas y basarse únicamente en aspectos regionalistas.

En este sentido el fotografismo en nuestro país a pesar de ser de orígenes posiblemente alemanes, no plantea un estilo exclusivo es más bien una técnica capaz de asimilarse a cualquier cultura, ya que su realización responden en gran parte a conocimientos de orden tecnológico; lo que sí habría que dejar en claro es que su capacidad expresiva está supeditada a las aptitudes de su autor, así como el contenido estará sujeto a las necesidades de la época.

Para nuestra cultura la fuerza del fotografismo radica en sus propiedades manipulatorias y de abstracción al interpretar la forma real, reforzando una tradición artística, pues hay que recordar las características de la producción gráfica prehispánica en códices y relieves o en los grabados para los festejos del día de muertos donde la interpretación y manipulación de la imagen gráfica es evidente.

La actividad fotográfica responde a la necesidad de representar e interpretar una fracción de espacio y tiempo, sin que esto sujete su existencia, por el contrario se producen cada vez más imágenes con características distintas que las hacen únicas e irrepetibles, dando lugar así a que para cada época existan sus representaciones fotográficas correspondientes.

Sin embargo, su aplicación no se limita a un momento histórico determinado, su función es hacerlas trascender; más aún en el caso del fotografismo las imágenes carecen de tiempo, ya que su relación con la realidad la establece el hombre por medio de la fantasía, la cual no obedece a ningún orden cronológico ni espacial. Razón por la que el receptor, lo acepta en su inconciente como algo posiblemente real en algún tiempo.

En conclusión es indispensable que antes de tratar de resolver factores tecnológicos, utilitarios, económicos o estéticos: se tome conciencia de lo importante que son los factores simbólicos o culturales que influyen en nuestro mensaje. Ignorar esto sería condenar previamente al fracaso nuestro proyecto; ya que si al final nos encontramos con que los recursos económicos o tecnológicos no son accesibles, o los códigos estéticos y de uso no corresponden, en cualquiera de los casos debido a fronteras u otros aspectos como el idioma; entonces no valió la pena que se utilizara un gran presupuesto y los últimos avances tecnológicos, o nos apoyemos en las investigaciones del más prestigiado investigador extranjero, nuestra solución no será funcional. Y aunque aquí se hace énfasis de la importancia de los factores culturales, lo mismo resultaría al menospreciar los otros factores.

También hay que advertir el riesgo que representa utilizar tendencias formales ajenas y que no corresponden a la manera de organizar las cosas en nuestra sociedad, es preciso entonces retomar nuestros principios estéticos y definir nuestra identidad cultural. "Buscar una identidad no tiene que ver nada con decorar los objetos con motivos prehispánicos, ni producir en plástico las piezas de barro que vemos en los museos. Es algo mucho más profundo que reproducir antigüedades. Esto no surge de un deseo impregnado de chovinismo, de afirmación nacionalista. Tiene que ver con algo dentro de nosotros: nuestra visión del mundo que a su vez genera nuestras necesidades, y debería indicar el modo de solucionarlas." (17)

CONCLUSION.

La posibilidad de efectuar una manipulación fotográfica en formas gráficas y concretamente a logotipos y tipografía como únicos objetos de dicha experimentación, fue el primero de los alcances que se pretendía obtener con la presente investigación, además de buscar aplicarlos en soportes impresos.

Al haber concluido la investigación y lograr el resultado, se pudo llegar aún más lejos y comprobar que la capacidad del fotografismo como técnica de manipulación de imágenes es mayor de lo que se suponía. Pues cuenta con cualidades que la ubican a la altura de cualquier manifestación artística y con personalidad independiente. También fué posible apreciar que el fondo o espacio que rodea a un grafismo, merece la misma importancia, y someter a ambos a tratamientos fotográficos, eleva la calidad expresiva además de homogenizar los elementos y simplificar el desarrollo técnico de los mensajes. Experiencias que deben ser consideradas, ya no tan sólo en el tratamiento, si no también en la creación de diseños, abriendo la posibilidad de incursionar en el campo del foto diseño, donde estos conocimientos constituyen la base de la producción. Línea que sería recomendable retomar en investigaciones posteriores.

La actitud de un diseñador gráfico ante la técnica fotográfica, como parte de su actividad profesional, debe ser distinta a la de un fotógrafo de prensa o científico. En él la fotografía tiene que ser vista como un medio para manipular los datos visuales, con el fin de satisfacer las necesidades informativas del público usuario por medio de sus mensajes. Su creatividad tiene que ser dirigida, más que a tomar o hacer fotografías, crear imágenes cuya concepción sea premeditada, como cualquiera de sus piezas de diseño, y no como un resultado casual.

En un mundo donde las imágenes viajan a velocidad sorprendente, traspasando fronteras en cuestión de segundos y agotando cada día más la originalidad de nuestro repertorio visual, es relevante aprovechar la apertura de estos nuevos horizontes que nos brinda el fotgrafismo.

Como diseñador gráfico es importante que al realizar una toma fotográfica, se deje de pensar que la iluminación, el encuadre y el escenario, son los únicos elementos que nos auxilian en la producción de imágenes y proyectar en los soportes gráficos ésta infinita riqueza visual.

Los elementos proporcionados aquí no son ni pretenden ser los únicos, pero si cumplen con la mision de brindar un mayor repertorio de posibilidades para la solución de mensajes visuales.

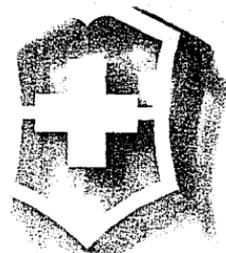
Para finalizar, es importante decir que aunque la dimensión del fotgrafismo parece no tener limites, no se debe caer en una dependencia de esta técnica, y pretender resolver todo el proceso de diseño partird e ella, más bien debemos considerarla como una parte y no como el total de la actividad productiva, procurando no encasillarse en los métodos establecidos y mantener siempre una actitud crítica.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Sección fotográfica







VICTORINOX



Bibliografía:

Barthel, Tobias M.

"FOTOGRAFISMO PUBLICITARIO INTERNACIONAL"

Barcelona, Gustavo Gili / 1965 198 pp.

Cetto, Ana María

"LA LUZ " En la naturaleza y en el laboratorio

México, D.F., SEP. Fondo de Cultura Económico CONACYT / 1978 pp. 17-167

La ciencia desde México

Dubois, Philippe

"EL ACTO FOTOGRAFICO" : De la representación a la recepción

Barcelona - México Paidós / 1986 pp. 187

Paidós Comunicación 20

Fontcuberta, Joan

"FOTO DISEÑO" : Fotografismo y visualización programada

Barcelona ceac s.a. / 1988 pp. 260

Enciclopedia del diseño

Langfor, Micheal John

"MANUAL DE LABORATORIO FOTOGRAFICO"

Madrid Blume / c 1981 pp.352

Malfese, Corrado

"LAS TECNICAS ARTISTICAS"

Milano Mutsia / 1973 pp.436-437

Petzold, Paul
"EFECTOS Y EXPERIMENTOS EN FOTOGRAFIA"
Barcelona Omega / c 1975 pp. 171

Prieto Castillo, Daniel
"DISEÑO Y COMUNICACION"
México, UAM unidad Azcapotzalco / 1982 pp.

"PRIMERA BIENAL INTERNACIONAL DE CARTEL EM MEXICO"
UAM unidad Xochimilco / 1991 pp. 189

Rodríguez Morales, Luis
"PARA UNA TEORIA DEL DISEÑO"
México, D.F. Tilde UAM unidad Azcapotzalco / 1989 pp.125