

18
20j.



La

Ilustración

Análisis de su Imagen
Figurativa desde una
Perspectiva Semiótica



SECRETARÍA

ACADEMIA

Escuela Nacional de

Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

Tesis para obtener el Título de
Licenciada en Diseño Gráfico
P r e s e n t a
Natalie S. Gulliver Burg-Bacher

México D.F.



Enero 1994

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

Dedicatoria

A mi madre, quien me brindó su tiempo y conocimiento y cuyo ejemplo me inspiró en la realización de mi objetivo.

A Claudio, por tu guía, consejo, paciencia y ánimo que hicieron todo ésto posible.

A mi padre, quien me apoyó con su experiencia y atención incondicional.

A Nataña, mi hermana.

A todos los profesores que participaron en mi formación profesional.

A cada uno de mis amigos que vivieron y participaron en esta aventura académica.

Mi amor y agradecimiento.

Índice

Introducción ..1

1. La Semiótica en la Ilustración ..5

- 1.1 Definiciones ..5
- 1.2 Antecedentes ..5
- 1.3 Charles S. Peirce y Ferdinand de Saussure ..9
- 1.4 Semiótica-Ilustración ..12

2. El Concepto Ilustración ..19

- 2.1 Características ..20
- 2.2 Funciones ..20
- 2.3 El Ilustrador ..22
- 2.4 Antecedentes ..22
- 2.5 Técnicas ..32
- 2.6 Aplicaciones ..45

3. La Imagen dentro de la Ilustración ..53

- 3.1 Conceptos Generales sobre la Imagen ..54
- 3.2 Elementos Básicos para la Imagen ..57
- 3.3 Técnicas de Comunicación ..64
- 3.4 Retórica de la Imagen ..71
- 3.5 Incorporación del Lenguaje Verbal ..76

4. La Propuesta: Las Abuelas de la Invención ..61

- 4.1 Metodología ..62
- 4.2 Análisis Semiótico ..66
- 4.3 Enfoque General ..69

Conclusión ..93

Bibliografía ..97

Fuentes de las Ilustraciones ..101

Introducción

Nos encontramos en un periodo en el cual el diseño gráfico representa un medio de comunicación sumamente potencial, es el componente principal de nuestra cultura visual. Las naciones occidentales se hallan en un proceso de evolución, de ser culturas industriales a ser culturas informativas, en donde la imagen logra superar al lenguaje verbal, ya que no sólo llega a cumplir la función de informar, sino también de fascinar, excitar o atraer la atención del perceptor. Al utilizar la ilustración como un medio de comunicación que transforma textos e ideas en imágenes, el diseñador gráfico tendrá que conocer el significado, importancia y trascendencia de los signos icónicos definidos por la Teoría de la Semiótica como toda imagen que representa o interpreta la realidad, pero que jamás será una copia de ésta. Así como los símbolos, palabras y elementos de soporte que son incorporados y ensamblados dentro de un mensaje total. Sin embargo, dichos elementos deberán expresarse de manera común, puesto que si se utiliza un lenguaje arcano u oscuro ocasionará que el público, ya de por sí sobresaturado de información visual, lo rechace. Un lenguaje sencillo y una composición ordenada permitirá a los diseñadores gráficos transmitir mensajes con claridad e impacto.

Esta tesis estará dividida en cuatro capítulos, la primera parte desarrolla teorías

semióticas de Charles S. Peirce y Ferdinand de Saussure, ligándolas a la creación y justificación de una imagen dentro de la ilustración. Así, se partirá del concepto de la ilustración para llegar a reconocer los elementos básicos que conforman la composición de una imagen, al igual que las diferentes técnicas de comunicación y la retórica que se deben manejar para que una ilustración tenga efectividad. También se examinará la relación que existe entre el texto y la imagen, aun cuando representen medios de comunicación totalmente diferentes, ya que juntos pueden mejorar el mensaje y darle mayor significado. Con base en la información obtenida de esta investigación se generará una propuesta ilustrativa para la exposición gráfica denominada 'Las Abuelas de la Invención', organizada por los alumnos del grupo 8820, que se efectuó en el mes de septiembre de 1992 en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM.

De tal forma, esta investigación servirá principalmente como libro de consulta, con el fin de orientar al diseñador gráfico o ilustrador, ya sea estudiante o profesional, en proyectar imágenes de consecuencia en la ilustración. Es por lo mismo que existe la necesidad de una base teórica y práctica en las cuales el lector se apoyará como punto de partida para lograr su objetivo, sin caer en errores que provoquen gastos materiales y de esfuerzo.



Capítulo 1

La Semiótica en la Ilustración

1. La Semiótica en la Ilustración

 El Diseño Gráfico es una disciplina conjugada cuyos elementos, incluyendo signos, símbolos, palabras e imágenes son coleccionados y ensamblados en un mensaje total. Toda forma gráfica, ya sea un simple punto o hasta la misma ilustración, juegan un doble papel; primero, es un fenómeno óptico con propiedades visuales y segundo, un signo comunicativo que funciona con otros signos formando el mensaje. El diseñador-ilustrador, a partir de un problema, busca elaborar un mensaje bajo una forma que articule lo visual y lo textual. A veces, el ingenio del diseñador sintetizará los elementos gráficos y lingüísticos perfectamente, esto lo habrá hecho a través de un método que pudo haber usado consciente o inconscientemente. Dentro del método, la semiótica permitirá al diseñador conocer los signos y sus características manejadas dentro de su obra o creación. Además de la forma en que el espectador interpretará dichos signos. Es así como la semiótica puede convertirse en un auxiliar indispensable para superar cualquier situación gráfica o ser un elemento analítico fundamental para la práctica del Diseño Gráfico.

1.1 Definiciones

La palabra semiótica fue introducida por el filósofo inglés John Locke (1632-1704) en el último capítulo de su libro *ESSAY*, la cual fue tomada de un término griego 'sémeion' que

significa 'signo'. Años después el filósofo Charles S. Peirce, en sus trabajos póstumos *DIVISION OF SIGNS* (alrededor de 1889), utilizó el mismo término griego y lo tradujo al inglés como 'semiotics'. En el *COURS DE LINGUISTIQUE GÉNÉRALE* (1916) por el lingüista Ferdinand de Saussure, se empleó el término 'semiologie' como la institución de una ciencia general de los signos. El francés Roland Barthes continuó utilizando esta nomenclatura en sus estudios lingüísticos y desde entonces apareció este término en todas las obras de autores filosóficos-lingüísticos franceses. Sin embargo, los científicos anglosajones y los rusos utilizaron la designación de Peirce 'semiótica', definiéndola "*como la ciencia general de los signos, de todos los sistemas de signos: verbales, no-verbales, ilustrativos, naturales y artificiales, pre o post-lingüístico.*"¹

1.2 Antecedentes

A través de los tiempos se puede fácilmente destacar que siempre ha existido el objeto de estudio de la semiótica. Tan temprano como en el periodo faraónico de Egipto (hace 5,000 años) existieron documentos lingüísticos que contenían los primeros alfabetos, el de la ideografía, es decir, representación de conceptos o ideas y la pictografía, imágenes que representaban objetos formando palabras,

¹ Rossi-Landi F., *Semiótica y Estética*, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1976, pp. 7.

gráficas, conceptos fonéticos. En sí, estos alfabetos reflejan las teorías semióticas de Peirce que se analizarán después. Más relacionado aún con la semiótica fue el alfabeto de la antigua china que contenía miles de gráficas y muchas unidades de sonidos dibujados, en donde cada figura aportaba múltiples significados. Con esto se observa claramente que desde la antigüedad, el arte y los sonidos se representaron mediante la ilustración gráfica.



Fig. 1 - Jeroglíficos egipcios del periodo ideográfico.



Fig. 2 - Pictografía china de dos periodos, de izquierda a derecha: sol, luna, agua, lluvia, madera y perro.



Fig. 3 - Alfabeto fenicio (alrededor del año 1600 a. de C.). Las veintidós letras incluyen algunos caracteres que han conservado su identidad durante 36 siglos.

Por la necesidad comercial los fenicios mezclaron el alfabeto egipcio y el hebreo, lo simplificaron representándolo como un alfabeto consonántico, es decir, cada consonante recibió una letra gráfica, llegando así a inventar nuestro alfabeto.

Los Vedas (1500 a. de C.) de la literatura hindú, contenían conceptos semióticos y lingüísticos; además, se preocupaban del significante y significado de las palabras, esto se demostró en sus investigaciones lexicológicas, es decir, inventarios de palabras con sus significados.

Los filósofos griegos hicieron pocas investigaciones lingüísticas en comparación con las filosóficas. Sin embargo, perfeccionaron el alfabeto fenicio, estudiaron la estructura del lenguaje, la gramática, el origen y esencia del habla. También los estoicos (siglo III - I a. de C.) desarrollaron las etimologías a base de analizarlas mediante los signos.

En el diálogo CRATILO, de Platón (427-347 a. de C.) se plantearon dos escuelas ideológicas, una que sostiene la existencia de una relación natural entre los nombres y las cosas (significado-significante) y la otra escuela sostenía que "el hombre es la medida de todas las cosas, según la cual los nombres provienen

2 Ducrot O., et. al., *Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje*, Siglo Veintiuno, Argentina, 1974, pp. 157.

de lo arbitrario."² Saussure, que más adelante se explicará, sostuvo esta última idea diciendo que "...todo el sistema del lenguaje se basa en el principio irracional de la arbitrariedad del signo... (p.133) La unión entre el significado y el significante es arbitrario... por lo tanto el signo lingüístico es arbitrario."³

Aristóteles (384-332 a. de C.) en su obra LOGICA (Oragnon) opinaba que la lengua se formaba básicamente por sonidos articulados, para él, entre el sonido y la imagen existía una relación arbitraria (lo que opina Saussure, que el casamiento entre significado y significante es arbitrario). Se destaca que los griegos discutieron con profusión como se relacionaban las palabras con el pensamiento y como influyeron los conceptos con las cosas.



Fig.4 - Aristóteles fue un ilustre precedente en la historia de la investigación científica del significado.

3 Bally, Ch. et. al., *Course in General Linguistics Ferdinand de Saussure*, MacGraw Hill Book Company, New York, 1966, pp. 67 (traducción elaborado por la autora).

Los romanos continuaron con lo que transmitieron los griegos, sin embargo, perfeccionaron el alfabeto griego a tal grado que hoy en día nos servimos aún de esta herramienta.



Fig.5 - Anuncio electoral en Pompeya.

En el siglo I a. de C. surgió en Alejandría el neoplatonismo por Plotino (204-270 a. de C.) que dio a conocer una especulación original incorporando las ideas platónicas, aristotélicas, estoicas y, además los conceptos orientales hindúes. Esta filosofía contribuyó mucho a la lingüística de los Padres de la Iglesia Cristiana como Tertuliano, San Agustín y San Isidro de Sevilla (siglos IV hasta VII). El último incorporó todos los conocimientos filosófico-lingüísticos latinos en su obra enciclopédica ETIMOLOGIAS. A partir del siglo XI-XII empezó a florecer la filosofía occidental de la Edad Media debido a la llegada de los textos griegos, traducidos e interpretados por los eruditos musulmanes y judíos de Córdoba, España. Aunque el enfoque de esta escuela filosófica, 'la Escolástica', era la difusión de la teología, discutieron la discrepancia de los universales. "La cuestión del problema de los universales consistía en cómo relacionar los objetos del

pensamiento humano y los objetos que existían fuera de la mente que podían ser individuales y variados. Por ejemplo, en el discurso humano se emplean palabras como ARBOL u HOMBRE, pero tales palabras se refieren a arboles y hombres reales y particulares que observamos con nuestros sentidos. Ver un árbol es una cosa, pensarlo es otra. Vemos particulares, pero pensamos universales. Cuando vemos una cosa particular, en nuestra mente se ubica en especies o en géneros. Nunca vemos el árbol o el hombre; sólo vemos 'este roble' o a 'Juan'. El árbol cobra, en nuestra mente todos los arboles reales: robles, olmos, pinos, etc. mientras hombre incluye a Juan, Jaime o a cualquier otro individuo."⁴ (fig.6) Hoy en día este fenómeno lo resolvió de Saussure por medio del signo lingüístico que se compone por el significante y el significado, es decir, el significante es lo que vemos físicamente mientras el significado es la interpretación mental del ser humano.

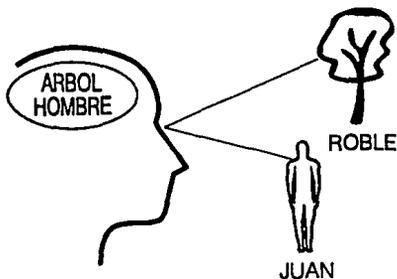


Fig.6 - La cuestión de los universales.

Los Escolásticos estaban divididos entre la Escuela Realista que opinaba que las palabras eran manifestaciones concretas de las ideas (significado-significante) y la Escuela Nominalista para quien las palabras no tenían realidad, sino existieron solamente en el espíritu de los hombres como convenciones que nos referían a algo. Santo Tomás, de esta última Escuela, distinguió tres niveles: modo de ser=cosa (signo); modo de concebir=concepto (significado); modo de significar=palabras (significante); aquí se observan conceptos de la teoría de Saussure.

Con el Renacimiento las ideas filosóficas cambiaron. En el siglo XIV el 'dolce stil nuovo' empleado por Dante Alighieri y Petrarca transformaron la cultura cristiana occidental. Las obras de Platón y desde el siglo XII las de Aristóteles no se abandonaron, sino que se comenzaron a estudiar desde otro enfoque. En primer lugar, las obras del Racionalismo por Descartes, Espinosa y Leibniz seguidas por los estudios del Empirismo inglés por Locke, Hume y Berkeley, así como la obra CRITICA DE LA RAZON PURA por el alemán Emanuel Kant, establecieron importantes avances en el campo de la semiótica y por fin, el Idealismo absoluto con Fichte y Hegel nos llevaron casi

⁴ Stumpf, E. S., *De Sócrates a Sartre Historia de la Filosofía*, "El Ateneo" Editorial, Buenos Aires, 1980, pp. 124.

al periodo contemporáneo en que Peirce dejó sus aportaciones. Desde principios del siglo XIX, la filosofía se apartó de la lingüística y ambas siguieron sus propios pasos. Ferdinand de Saussure (1857-1913) desarrolló su teoría de la semiología en 1916 plasmando las ideas en la compilación CURSO DE LA LINGÜISTICA GENERAL.



Fig.7- Ferdinand de Saussure fue uno de los máximos innovadores de los conceptos y métodos de la lingüística, los cuales se plasmaron en el libro 'Curso de Lingüística General'.

Muchos científicos como los filósofos del Círculo de Viena (con Cassirer, Carnap, Wittgenstein, etc.) y los lingüistas del Círculo de Praga (con Jakobson, Trubetsky, etc.) se dedicaron a la investigación de la semiótica y la lingüística; sin embargo, todavía no estaban reconocidas como ciencias en sí, hasta que Noam Chomsky (1928-) entre los años cincuenta y sesenta descubrió la gramática transformacional, es decir, la elaboración de un sistema gráfico para enseñar a los escola-

res la gramática tradicional por medio de diagramaciones casi geométricas para cualquier idioma indoeuropeo (fig.8). Seguramente la semiología (Saussure) y la semiótica (Peirce) ayudaron para inventar esta nueva forma de ilustrar los antiguos asuntos de gramática. Así, por fin la semiótica-semiología recibió un propósito en las ciencias, que incluso hoy en día se ha llevado al estudio de la comunicación.

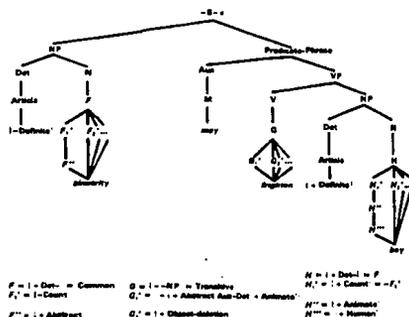


Fig.8- Ejemplo de la gramática transformacional.

1.3 Charles S. Peirce y Ferdinand de Saussure

El origen de la semiótica tiene, como hemos visto, una historia tan larga como la de la humanidad. Con Charles Sanders Peirce (1839-1914), lógico y filósofo norteamericano, se inició la etapa en que se dio al estudio del signo la nomenclatura 'semiótica'. Para Peirce la semiótica estudia la lógica de la lengua por

un lado y por otro la óptica, la cual se puede aplicar a la ilustración. *“La preocupación de Peirce como filósofo estriba en la comprensión que el hombre tiene de su experiencia y del mundo que le rodea. Su interés estaba en el sentido, ubicado en la relación estructural entre signos, personas y objetos.”*⁵

Charles Morris manifestó que *“la semiótica tiene un doble vínculo con las ciencias: es una ciencia más y a la vez un instrumento de las ciencias. La significación de la semiótica como ciencia estriba en el hecho de suponer un nuevo paso en la unificación de la ciencia, puesto que aporta los fundamentos para cualquier ciencia especial de los signos, como la lingüística, la lógica, la matemática, la retórica y la estética. Por consiguiente, la semiótica puede ser pertinente en un programa para la unificación de la ciencia, aunque la naturaleza exacta y el alcance de su pertinencia todavía han de determinarse.”*⁶

Peirce destaca la función lógica del signo e identifica una relación triangular entre el objeto o el signo en sí mismo, el representamen, la relación del signo con su objeto (significante) y por último el interpretante, es decir,

5 Fiske, John, *Introducción al Estudio de la Comunicación*, Ed. Norma, Colombia, 1984, pp. 37.

6 Morris, Ch., *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, Paidós, Barcelona, 1985, pp. 24-25.

cuando el signo se dirige a alguien creando en la mente de esa persona un signo equivalente (significado).

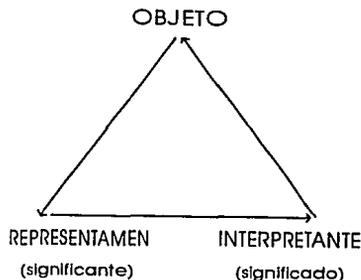


Fig. 9 - Los elementos del significado de Peirce.

En la cúspide de la pirámide *“la palabra signo será usada para denotar un objeto perceptible o solamente imaginable. Para que algo sea un signo de este tipo debe representar a otra cosa, llamado objeto. Entonces, el objeto es aquello en donde el signo presupone un conocimiento para proveer alguna información adicional sobre él mismo.”*⁷ El segundo elemento es el representamen que surge cuando el *“signo y su objeto tienen una simple conexión, ambos forman una pareja, unidos por una directa relación. Un representamen es una marca o unidad del lenguaje que representa o denota otra cosa. El signo de adición, la letra A, la palabra manzana o una simple pictografía de una manzana son todos signos (representámenes). El*

7 Peirce, Ch.S., *La Ciencia de la Semiótica*, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1974, pp. 23 y 24.

*interpretante es la persona quien percibe e interpreta todo tipo de signo. La interpretación de un signo depende del contexto en el cual fue empleado, la relación con otros signos y el medio ambiente.*⁸

*"Por ejemplo, el interpretante de la palabra ESCUELA (representamen), en cualquier contexto, será el resultado de la experiencia del usuario con esa palabra (no la aplicarla, por ejemplo, a una universidad) y de su experiencia con instituciones llamadas ESCUELAS, el objeto. Por lo tanto, no es fijo y definido por un diccionario puede variar dentro de ciertos límites según la experiencia del usuario. Estos límites están fijados por las convenciones sociales y psicológicas que hay entre los usuarios del signo, sea hablante o escucha, escritor o lector, pintor (diseñador gráfico) u observador."*⁹

Si Peirce fue el fundador de la semiótica, el de la semiología indudablemente fue el lingüista suizo Ferdinand de Saussure. La nomenclatura semiótica es usada por los científicos de la lengua inglesa, mientras los de la lengua francesa mantienen vivo el término 'semiología'.

Saussure, siendo lingüista, se interesaba primordialmente en el lenguaje verbal. Le preocupaba más la forma de los signos (pa-

labras) y su relación con otros signos, que la forma como se relacionan con el 'objeto' de Peirce. El signo para Saussure, es un objeto físico con un significado y un significante. "El significante o imagen acústica es la huella psíquica que en nuestro cerebro produce otr la palabra conejo, que unimos inmediatamente con el concepto, el significado, que todos tenemos de lo que es un conejo."¹⁰ (fig.10) Entonces, Saussure divide su signo lingüístico en dos categorías que están íntimamente ligadas.

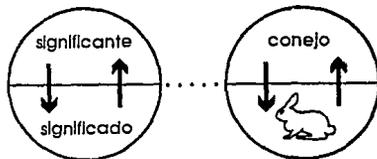


Fig.10 - Categorías de los signos de Saussure.

Entre el significante de Saussure y el signo o representamen de Peirce hay evidentes semejanzas. El significado de Saussure y el interpretante de Peirce se parecen. No obstante, Saussure se interesa menos que Peirce en la relación que tienen esos dos elementos con el objeto o el significado exterior. Cuando Saussure lo enfrenta lo llama significación, pero comparativamente, le dedica poca atención.

8 Meggs, Philip B., *Type & Image*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989, pp. 6 (traducción elaborada por la autora).

9 Fiske, John, op. cit., pp. 36

10 *Lingüística y Significación*, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat Editores, Barcelona, 1975, pp. 37.

Se puede plasmar una imagen ilustrada de un PERRO en el papel o ser leída como una palabra en cuyo caso se convierten en un signo compuesto por el significante (SU APARIENCIA) y el concepto mental (LO CANINO) que tenemos de este animal (fig.11). Las relaciones entre el concepto de lo canino y la realidad física de un perro es la significación; es la manera de darle sentido al mundo, de comprenderlo.

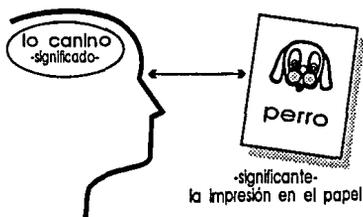


Fig.11 - Ejemplo de la significación.

Es importante recordar que los significantes como los significados son productos de una cultura particular. Es obvio que las palabras, los significantes, cambian de lengua a lengua. Es fácil de pensar que los significados son universales y que la traducción es simplemente sustituir una palabra francesa por una española, ya que el sentido es el mismo pero esto no es así. El concepto mental de lo canino es seguramente muy diferente de una persona rural a una persona urbana. La significación de perro es tan específica en una cultura determinada, como lo

es la forma lingüística del significante en el respectivo idioma.

1.4 Semiótica-ilustración

Las categorías de los signos de Peirce y Saussure trataron de explicar las distintas maneras de llevar sentido a los signos. Los de Peirce resultan preferibles para la explicación del proceso de la comunicación gráfica.

Como ya se había mencionado Peirce definió tres categorías del signo: objeto, representamen e interpretante. Cada uno de estos elementos se puede dividir separadamente en tricotomías convirtiéndose en una metodología que podría aplicarse para la elaboración de una propuesta gráfica.

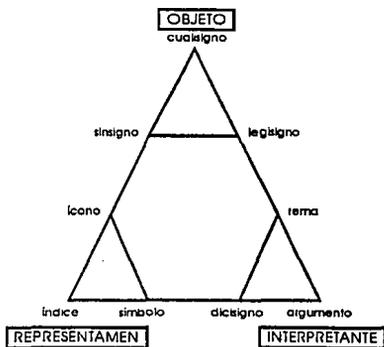


Fig.12 - Las categorías de los signos según Peirce.

La primera tricotomía inicia con el objeto, en donde el signo se divide en tres: cualsigno, sinsigno o legisigno. Estos conceptos se pueden

ligar a la lluvia de ideas que se da al iniciar el proceso del Diseño Gráfico.

Un cualisigno se refiere a las cualidades que se pueden apreciar en un objeto (color, textura, etc.) Para determinar las cualidades se utilizan vías tales como las encuestas, que logran establecer un concepto universal del objeto, haciéndolo comprensible a una sociedad. Así, podemos decir que para crear un signo de belleza, las encuestas pueden establecer que características deberá contener para ser considerada como tal, lo que facilita la representación del término para el diseñador gráfico.

Un sinsigno (proviene de la raíz inglesa single, 'única vez') se refiere a la determinación de las singularidades del objeto a partir de sus cualidades. Para establecer estas individualidades se emplean tabulaciones o gráficas. Por ejemplo, en una tabulación de más a menor, la belleza es más femenina que masculina o más delicada que ruda.

Un legisigno, proveniente del latín 'legis', denota un signo hecho o de ley. Esta ley es generalmente establecida por los hombres convirtiéndola en estereotipo. Un estereotipo de belleza podría ser caracterizado por una mujer fina, delgada y sensual.

En el representamen, el signo se divide en icono, índice o símbolo. Esta segunda tricotomía se liga a la fase creativa del diseño, es decir, la manera de representar una imagen gráfica.

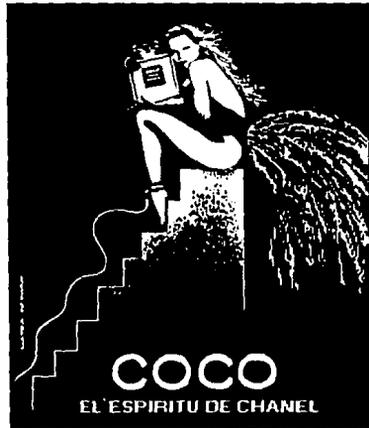


Fig.13 - Cartel publicitario del perfume COCO Chanel.

Un icono se parece al objeto que representa. Esto es más aparente en los signos visuales como la fotografía de Vanessa Paradis, la modelo de la publicidad de COCO CHANEL (fig.13). Asimismo, las ilustraciones, los mapas o los símbolos que denotan los servicios sanitarios para damas y caballeros son iconos porque imitan o copian aspectos del sujeto. Por otra parte, el frasco definido del perfume es un icono. Pero puede también ser verbal como la onomatopeya *glug-glug, tick-tock*, la cual es un intento de hacer iconos del lenguaje verbal.

Un índice es un signo que tiene una conexión existencial directa con su objeto. Esta se convierte en indicio cuando surge espontáneamente, por ejemplo, el aroma es indicio del perfume, el humo es indicio de fuego. Si

una persona tiene una cita con alguien que no conoce y le dice que lo reconocerá porque tiene barba, entonces, ésta será indicio de su persona. Un índice es una señal cuando es creada intencionalmente, por ejemplo, en la fotografía de COCO, las plumas son señales de un ave exótico, la modelo atada por una cuerda es señal de estar capturada o domada. Aquí la señal se convierte en el enlace o unión entre el signo y objeto.

Un símbolo tiene una relación arbitraria entre el objeto físico (significante) y el concepto mental (significado). El interpretante comprende el símbolo debido al resultado de una convención, hábito, acuerdo o arreglo. Las palabras habladas o escritas son, en general, símbolos; la cruz roja es un símbolo; los números son símbolos. Entonces, la palabra COCO es un símbolo o al igual que la foto de Vanessa Paradis es el símbolo del perfume. En cuanto a la forma determinada de la botella que representa el perfume de CHANEL, éste es simbólico, ya que se distingue de los frascos de POISON, OPIUM, OBSESSION o CAROLINA HERRERA. Sin embargo, esta publicidad contiene símbolos más profundos o secundarios, cuando CHANEL utilizó la imagen de una modelo disfrazada de ave exótica lo hizo para comunicar belleza, y al estar capturada fue con la intención de simbolizar que la esencia sería poseída por el que la adquiriera. La imagen de la modelo rejuvenece al producto y le agrega delicade-

za, sensibilidad y fragilidad al ya conocido aroma; elementos que no se mostraron en las antiguas promociones de COCO CHANEL.



Fig.14 - Ejemplo de la segunda tricotomía de los signos de Peirce aplicado al cartel publicitario de COCO CHANEL.

El autor Philip Meggs, renombrado investigador del Diseño Gráfico, añade el concepto de metasímbolo a la segunda tricotomía de Peirce, la cual es un símbolo cuyo significado trasciende la historia, cultura y tradición. Por ejemplo, la paloma con un ramo de olivo es un metasímbolo de paz (fig.15).



Fig.15 - Metasímbolo

La tercera tricotomía involucra al interpretante, en ésta el signo puede ser llamado un rema, dicisigno o signo dicente y argumento. Esta división se refiere a la aceptación del signo por parte del receptor.

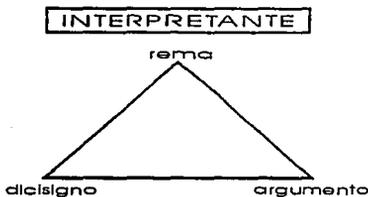


Fig.16 - La tercera tricotomía del signo de Peirce.

Un rema, para su interpretante, es un signo de posibilidad cualitativo que representa o guarda la esencia del objeto. Por ejemplo, la etiqueta en la botella del perfume es un rema, ya que identifica al producto, lo mismo que su slogan 'COCO EL ESPIRITU DE CHANEL'.

Un dicisigno es un signo de existencia real, diferente de un icono, ya que involucra, como parte de él, a un rema para describir el hecho que éste indica. En la publicidad de COCO, el dicisigno es la propuesta de la fotografía de la mujer y el slogan.

El argumento es un signo de ley en donde se maneja plenamente el objeto, puesto que es aceptado por el interpretante. En el Diseño Gráfico el argumento sería el manejo de la solución plástica en diferentes soportes como carteles, folletos, papelería, comerciales, etc.

los cuales siempre guardarían la idea general que trata de transmitir el emisor en la composición.

Es así como se puede destacar que la clasificación triádica del signo de Peirce sirvió para la publicidad del producto. Además, no hay que olvidar que estas categorías no son distintas ni se pueden separar, ya que coexisten en un mismo signo.

Por su parte, a Saussure no le interesaban los índices como a Peirce sino los símbolos, es decir, las palabras. Pero sus seguidores han reconocido que la forma física del signo -lo que él llama el 'significante'- y su concepto mental asociado al 'significado' se pueden relacionar de manera icónica o arbitraria. En una relación icónica, el significante se ve o se oye como el significado; en una relación arbitraria, los dos sólo se relacionan por acuerdo entre los usuarios (códigos). En los términos saussureanos, la relación arbitraria entre el significante y el significado corresponde precisamente a los de Peirce: iconos y símbolos. Sin embargo, los conceptos de Saussure se aplican casi siempre a textos escritos como los títulos o subtítulos que acompañan una ilustración.

Hoy en día han surgido dos términos muy parecidos al significante y significado de Saussure, a estos se les han llamado denotación

y connotación que generalmente son empleados en la comunicación gráfica. El primero se refiere a la directa significación de la palabra, signo o mensaje, es lo que vemos a primera vista. Por su parte, la connotación tiene un segundo nivel de interpretación, es el significado de los elementos sugeridos en la denotación. Por ejemplo, las palabras maestro y alumno denotan personas involucradas en cuestiones académicas o intelectuales. Sin embargo, la palabra maestro connota al individuo que dirige, orienta o es líder de la actividad educativa, mientras que la palabra alumno connota a la persona que recibe dirección o instrucción del maestro.

De otra forma, en la imagen de una fotografía que muestra una escena callejera, se denota esa calle en particular, una vía urbana a lo largo de la ciudad en donde hay edificios y casas. Empero, es posible fotografiar esa misma calle en forma significativamente diferente, empleando película de color, usando un día soleado o un foco suave, lo que provocaría que la calle aparezca como una comunidad alegre y humana para los niños que juegan en ella. O bien se puede usar una película en blanco y negro, un enfoque preciso, contrastes fuertes y hacer que esa misma calle parezca fría, inhospita y nociva para esos mismos niños. Ambas fotografías pueden tomarse en el mismo momento. Los significados denotativos serán los mismos, la di-

ferencia radicaré en la connotación. Esta se refiere a la interacción que ocurre cuando el signo encuentra los sentimientos o emociones del usuario y los valores de la cultura. Así la denotación es lo fotografiado, la reproducción mecánica y la connotación es la forma como es fotografiado, es la parte humana del proceso.



Fig.17 - Fotografía de una calle urbana.

Entonces, las imágenes pueden llegar a tener mayor connotación que las palabras, convirtiéndolas en una herramienta poderosa en la comunicación, por lo que se tienen que crear o seleccionar cuidadosamente.



C

Capítulo 2

El Concepto Ilustración

2. El Concepto Ilustración

¿Qué significa el concepto ilustración? Muchos autores coinciden en que la ilustración es un icono o imagen asociada con palabras, lo que significa que se eliminan las imágenes que transmiten un mensaje como los grabados rupestres de Altamira y Lascaux o los mosaicos romanos o cristianos. En sí, la ilustración es una imagen que clarifica una idea o texto, y aun más relevante hoy en día, es una imagen con una función específica.

Otra definición contemporánea explica:

“Una parte del arte es crear imágenes y parte de la creación de imágenes es la ilustración... la ilustración es la producción de imágenes que son multiplicadas, hasta ahora usualmente con el uso de la impresión. La naturaleza de este proceso involucra la economía. La multiplicación de la imagen del ilustrador cuesta dinero y la persona que lo aporta, es decir ‘el cliente’,

tiene ideas acerca de la función de esa imagen. Esta simple definición comienza a separar la

ilustración de la pintura o el dibujo; también subraya el compromiso básico que hace el ilustrador. En recompensa por la tarea de pensar

y trabajar sobre el problema del cliente, respecto a un tema específico, se paga al ilustrador y su trabajo es repartido hacia audiencias masivas (5.5 millones de personas ven cada publicación de TIME MAGAZINE; algunos discos han vendido diez millones de copias; la oficina británica de correos imprime 40 millones de timbres navideños).”¹¹



Fig.18 - Ilustración para la portada de la revista TIME MAGAZINE.



Fig.19 - Ilustración para la portada del disco DANGEROUS de Michael Jackson.

“El objetivo de todo arte visual es la producción de imágenes. Cuando estas imágenes se emplean para comunicar una información concreta, el arte suele llamarse ilustración. Sin embargo, arte, ilustración y diseño nunca pueden separarse por completo; la ilustración se basa en las técnicas artísticas tradi-

¹¹ Jennings, Simon, *The New Guide to Professional Illustration and Design*, Headline Book Publishing, London, 1987, pp. 12 (traducción elaborada por la autora).

cionales. Generalmente, se considera que la ilustración es arte en un contexto comercial y, por lo tanto, las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración."¹²

Las imágenes ilustradas, ya sean con o sin texto, para libros, periódicos, revistas, anuncios o cualquier otro de los miles de campos relacionados, comienzan con dos premisas básicas; la primera es comunicar información al público de la forma más clara posible y la segunda, tener un alto grado de impacto visual.

2.1 Características

Quando un momento, una idea, una noción, un sueño, es plasmado sobre papel en forma visual, se convierte en un icono o imagen. Todas las ilustraciones son iconos o imágenes bidimensionales. La concepción de una ilustración es "gobernada por la cabeza, la mano, el alma y el ojo."¹³ (fig.20) La imagen es una expresión visual; por lo tanto el ojo juega un papel importante en su creación. Cómo el ilustrador observa el mundo se ve reflejado en su estilo de dibujar. El cerebro puede funcionar sólo y sacar la lógica del problema y esquemizarlo con la ayuda de la teoría de la

12 Dalley, Terence, *Guía Completa de Ilustración y Diseño, Técnicas y Materiales*, H. Blume Ediciones, Madrid, 1981, pp. 10.

13 Jennings, Simon, *op. cit.*, pp. 13 (traducción elaborada por la autora).

semiótica. El alma puede atribuir un sentido emocional a la ilustración. La mano gobierna la habilidad y la técnica dándole forma a la composición.

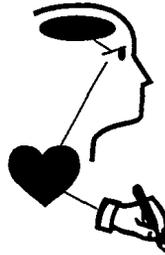


Fig.20 - Factores que intervienen en la concepción de una ilustración.

2.2 Funciones

La ilustración tiene tres funciones principales: primero, es una expresión artística que se puede manifestar con fines decorativos o en forma de comentario, el cual se caracteriza por contener mensajes; empero, siempre deben llamar la atención.

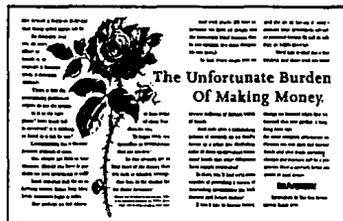


Fig.21 - Una ilustración decorativa para el interior de una revista puede aliviar la monotonía de la tipografía sin tener otro fin trascendental.

En segundo término, sirve como herramienta de apoyo para producciones culturales, comerciales, educativas, etc. Aquí el ilustrador tiene que explicar visualmente al-

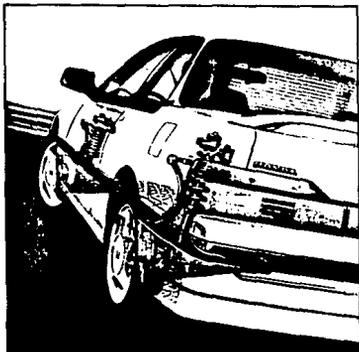


Fig.22 - La ilustración puede servir como una importante herramienta de apoyo gráfico.

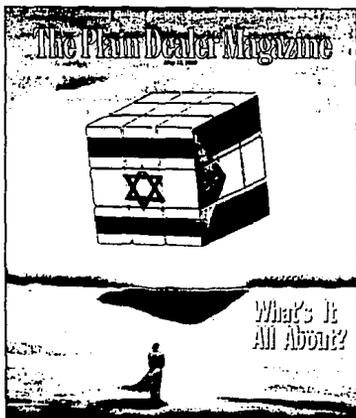


Fig.23 - Existen ilustradores con opinión.

gún asunto, ya sea por medio de diagramas, mapas, esquemas, etc., para facilitar su entendimiento o funcionamiento al público que va dirigido. Por último, una ilustración funciona como un documento visual de un momento histórico en donde se plasman actitudes, modas o costumbres. Ejemplo de esto se observa en los carteles del francés Henri de Toulouse-Lautrec. En la fig. 24, el cartel estadounidense referido a la Segunda Guerra Mundial, muestra el estilo ilustrativo de la época, así como la moda, los instrumentos, las armas y el tipo de vehículo de guerra. En lo referente al tema observamos la actitud de este periodo, en



Fig.24 - Cartel héliendo 1941.

particular el trabajo que la mujer desempeña para ayudar a su hombre y a su nación durante la etapa bélica.

2.3 El Ilustrador

El ilustrador debe gozar de talento innato, creatividad y habilidad, al igual que tener buena observación y paciencia. También debe conocer técnicas, materiales y soportes, así como los diferentes métodos de impresión, lo que le permitirá encontrar trabajo en diferentes ramos. Estos se han ampliado enormemente al aumentar la sofisticación de los procesos técnicos de reproducción. Algunos son empleados principalmente como caricaturistas, otros utilizan su habilidad de observación en el campo técnico, arquitectónico, editorial, la naturaleza, la moda o reportajes de guerra. El trabajo del ilustrador y el artista difieren considerablemente. Aunque ambos crean arte, el ilustrador plasma una imagen teniendo en mente que la va a reproducir por lo que tiene que considerar los colores y las técnicas que va a usar según el presupuesto, así como el grado de factibilidad en su reproducción. En cambio, el artista crea una imagen única con el fin de expresar su realidad o sensibilidad. Sin embargo, la labor del ilustrador y el diseñador están estrechamente relacionadas, sobre todo hoy en día en donde ambas tienen un contexto comercial. También el conocimiento de las diversas técnicas ha contri-

buido en un toque de unidad entre la ilustración y el diseño.

2.4 Antecedentes

La ilustración puede remontarse a siglos en el pasado donde comenzó como complemento narrativo en libros y manuscritos; esto se observa en los más antiguos pergaminos ilustrados que se conocen como el LIBRO DE LOS MUERTOS y el PAPYRUS RAMESSUM que datan aproximadamente del 1900 a. de C. *“Los bajorrelieves grabados en las tumbas y pirámides del antiguo Egipto son también un tipo de ilustración técnica: un registro en piedra de cómo se construyeron esos famosos monumentos.”*¹⁴



Fig.25-Detalle del LIBRO DE LOS MUERTOS de Tutmosis III.

14 Dalley, Terence, op. cit., pp. 88.

Los artistas griegos y romanos fueron pioneros en el nacimiento de la ilustración, básicamente en sus monumentos en piedra, donde se demostraba cómo el texto se reforzaba perfectamente con la imagen.



Fig. 26 - Estela votiva que muestra la excelencia del diseño de las inscripciones griegas.

El arte medieval de la iluminación de manuscritos fue el inmediato precursor de la ilustración de libros impresos. El manuscrito iluminado celta del siglo IX EL LIBRO DE KELLS muestra magníficos diseños de patrones intercalados basados en formas tipográficas. La iluminación, comúnmente de temas religiosos, tendía a realizarse en los monasterios. "Estos *SALTERIOS* y *LIBROS DE HORAS*, de los cuales el más celebrado es probablemente: *LES TRÉS RICHES HEURES* del Duque de Berry, muestran auténtica maestría en la pintura en

miniatura, generalmente sobre papel avitelado, empleando colores brillantes de templey, además el oro."¹⁵ La ilustración fue muy importante en la Edad Media, ya que ayudó a convertir a los paganos a la cristiandad y a darles una comprensión visual de la Biblia porque no sabían leer.

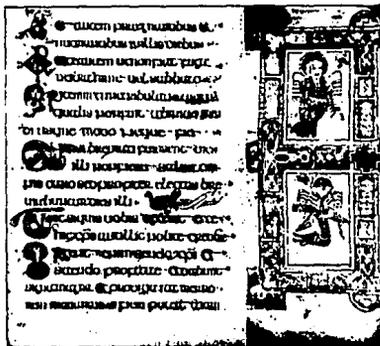


Fig. 27 - Página del LIBRO DE KELLS con iniciales ornamentales, entre 795-800 d. de C.



Fig. 28 - EL LIBROS DE HORAS contiene hermosos diseños elaborados por los monjes como ayuda a sus devociones.

15 *Ibidem*, pp. 10.

El escribano calcó cuidadosamente el texto, mientras el ilustrador iluminó las miniaturas, inicialmente creadas como placas decorativas. Después del siglo XII se sabe que los ilustradores, así como los clientes, fueron laicos. Entonces con las Cruzadas el mundo occidental laico pagó para tener textos a su alcance fuera de la Iglesia. También las mismas Cruzadas pasaron por el Imperio Oriental Bizantino, donde las miniaturas y los iconos fueron desarrollados después de la caída de la antigua Grecia, gozando todavía de gran popularidad.

En el Renacimiento se descubrió la forma correcta de representar la perspectiva. El arte se revolucionó a través de las teorías de Filippo Brunelleschi, transformando drásticamente el trabajo del ilustrador técnico.

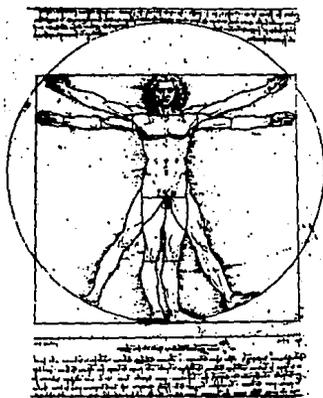


Fig.20- Dibujo de las proporciones del hombre realizado por Leonardo da Vinci.

"Artistas e ilustradores como Leonardo da Vinci y Alberto Durero impusieron un alto grado de meticulosidad y claridad de detalles en sus dibujos técnicos y arquitectónicos."¹⁰ Desde entonces, la demanda de ilustraciones técnicas, cada vez más complejas, ha crecido notablemente, sobre todo con la revolución industrial que inició en el siglo XVIII.

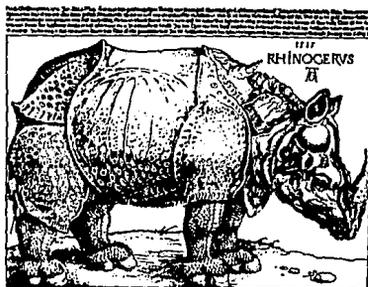


Fig.30- La ilustración de Alberto Durero muestra gran detalle en la técnica.

A partir del siglo XIV hasta el siglo XX, se pueden distinguir cuatro etapas fundamentales dentro de la historia de la ilustración, específicamente en lo que se refiere a la evolución de los procesos de reproducción.

La primera etapa inicia en el siglo XIV cuando en Europa la impresión se realizaba en bloques de madera. Las primeras manifestaciones fueron la impresión de juegos de

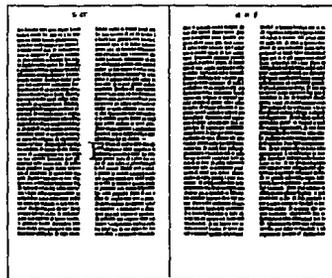
naipes y de imágenes religiosas. Estas impresiones devocionales de santos contenían inscripciones que se grababan en el mismo bloque de madera, siendo una de las primeras integraciones de ilustración y texto.



Fig.31 - Imagen izq.: Naipo grabado en madera.



Fig.32 - Imagen der.: Grabado de San Cristóbal, año 1423.



Los impresores en Alemania, los Países Bajos, Francia e Italia buscaron la mecanización de la producción de libros por el tipo movable como resultado de la creciente disponibilidad de papel y la demanda de libros.

En el siglo XV alemán llamado Johann Gensfleisch Zum Gutenberg juntó los sistemas necesarios para imprimir el primer libro tipográfico, La Biblia de 42 líneas. Para lograr ésto, inventó tipos de metal independientes, móviles y reusables, creando a su vez una tinta especial más espesa y pegajosa para

Fig.33 - Imagen superior der.: Grabado de Johann Gutenberg.

Fig.34 - Imagen central der.: La Biblia de 42 líneas.



Fig.35 - Imagen inferior der.: Representación más antigua de una prensa tipográfica o tórculo.

estos tipos. De este modo, adaptó una prensa que consistía en un gran tornillo que bajaba y subía una plancha para imprimir. Aunque con el tiempo se mejoró esta imprenta, este sistema fue empleado durante 400 años. El primer libro tipográfico con ilustraciones fue EL AGRICULTOR DE BOHMEN, impreso por el alemán Albrecht Pfister, alrededor del año 1460, usando el tipo de Gutemberg y bloques de madera. Esto fue la plataforma que permitió ampliar las posibilidades de la ilustración de textos y la reproducción de éstos. Ejemplo de esto se observa en las obras del siglo XVI del artista francés Geoffroy Tory, "quien trabajó con los elementos de la página, -ilustración, texto y márgenes- para crear un todo estético."¹⁷

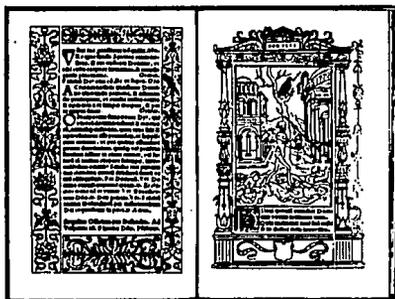


Fig. 36 - El LIBRO DE LAS HORAS de Geoffroy Tory demuestra la delicada ligereza de sus ilustraciones grabadas en madera.

El grabado en madera sobrevivió varios siglos, permitiendo la reproducción de línea en alto contraste por lo que las gamas de grises eran limitadas. "Al comienzo de la década del año

1840, el ilustrador y grabador inglés Thomas Bewick desarrolló una técnica para grabar el extremo de la madera, en lugar de la cara lateral, y los resultados fueron lo bastante detallados y duraderos como para rivalizar con los finos grabados que entonces predominaban en la ilustración de los libros."¹⁸

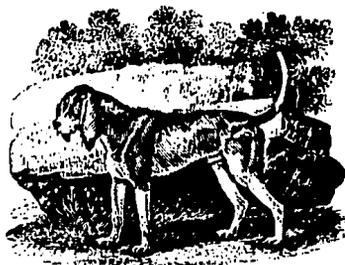


Fig. 37 - Thomas Bewick logró una gama de tonos y una exactitud de dibujo que representó el modelo de excelencia para la ilustración en grabado de madera.

En Inglaterra, uno de los principales ilustradores de comienzos del siglo XIX fue William Blake, quien desarrolló sus propias superficies de impresión, empleando un método de aguafuerte en relieve que después de la muerte del inventor decayó por desuso. Sin embargo, el grabado en madera conservó aún su importancia, especialmente en la nueva industria de las revistas ilustradas, que fue prosperando hacia 1830 y 1840. A finales del siglo XIX, los prerrafaelistas revivieron el interés por el grabado en

17 *Ibidem*, pp. 10.

18 *Ibidem*, pp. 10.

madera como se aprecia en la obra de Edmund Burne-Jones o en obras posteriores de Aubrey Beardsley e incluso de artistas influidos por el Art Nouveau. El grabado en madera tenía ventajas considerables como la incorporación de bloques de madera en relieve junto con los de tipografía de iguales características, dentro de una misma prensa, lo que lograba la impresión simultánea. Sin embargo, las investigaciones para el mejoramiento del proceso continuaron, puesto que la preparación de bases para este tipo de impresión eran costosas y lentas.



Fig.38 - Ilustración para portada de revista en grabado de madera por Aubrey Beardsley.

Simultáneamente, en el siglo XV surge la segunda etapa cuando un artista conocido

como el Maestro de los Naipes, creó los primeros grabados conocidos en láminas de metal. Su trabajo más sobresaliente fue una colección de naipes con imágenes de pájaros, animales y hombres salvajes.



Fig.39 - Este diseño del Maestro de los Naipes es uno de los primeros grabados en lámina de cobre.

“Para producir un grabado en lámina de cobre, se dibuja sobre una lámina pulida de metal. La tinta se aplica en las ranuras, la superficie plana se limpia y el papel se presiona contra la placa para recibir la imagen en tinta.”¹⁹

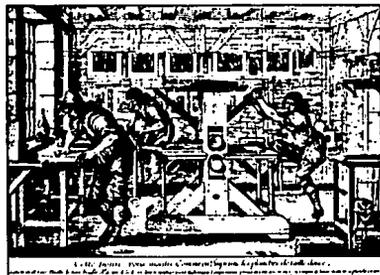


Fig.40 - Grabado en metal del siglo XVII de Abraham Bosse.

¹⁹ Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, Editorial Trillas, México, 1991, pp. 101.

Durante los siglos XVI y XVII, los tipógrafos-editores asignaban a los grabadores la decoración de las obras que publicaban. Artistas de gran renombre como Holbein, Dürero, Mantegna, Rubens, Tintoretto y Piranesi emplearon el grabado en metal, ya sea en cobre, zinc, latón, aluminio, hierro o acero.



Fig.41 - Grabado al buril (instrumento de acero, delgado con punta afilada) de Andrea Mantegna, finales del siglo XV.

En los siglos XVII y XVIII, se publicaron en Holanda libros enriquecidos con grabados elaborados por los mejores artistas de la época, con esto los editores de los Países Bajos contribuyeron a la formación de una escuela que se destacó por su alto nivel en el grabado de mapas geográficos. Este tipo de impresión se caracteriza por el aumento en el grado de detalle de las obras, al igual que los tonos de grises en comparación con el efectuado en madera. Sin embargo, su apogeo fue limitado debido al surgimiento de un mejor sistema de reproducción, la litografía.

La tercera etapa surge en 1796 cuando el alemán Aloys Senefelder inventó la litografía, una técnica que resultaría trascendental en el arte.



Fig.42 - Aloys Senefelder

Hasta entonces, toda impresión se hacía a partir de una superficie en relieve o en hueco, que se entintaba y después se apretaba contra el papel. *“La litografía se basa en el sencillo principio químico de que el agua y el aceite no se mezclan. La imagen se dibuja sobre una superficie plana de una piedra con un crayón, pluma o lápiz con base de aceite (1). El agua se esparce sobre la piedra para humedecer todas las áreas, excepto la imagen con base de aceite (2). Luego, se extiende tinta con base de aceite sobre la piedra, la cual se adhiere a la imagen, pero no a las áreas mojadas de la piedra (3). Se coloca una hoja de papel sobre la imagen (4) y se utiliza una máquina de imprimir para trasladar la imagen entintada al papel(5 y 6).”*²⁰ Este
 20 *Ibidem*, pp. 201.

fue el primer método de impresión que se realiza a partir de una superficie plana (planografía).

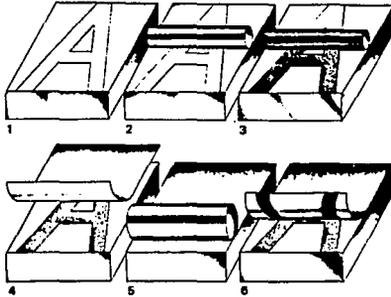


Fig. 43 - Proceso litográfico

La primera edición del FAUSTO, ilustrada con litografías por Delacroix apareció en 1828. Las décadas de los años 1860 a 1900 fueron la mejor época de la litografía, llegando incluso a ser el medio predominante para imprimir. La invención de la cromolitografía en 1851 introdujo el color en las ilustraciones de libros que hasta entonces se habían limitado al blanco y negro.



Fig. 44 - Cromolitografía de un cartel impreso en colores amarillos y rojos, alrededor del año 1897.

La litografía predominó en el popular arte del cartel anunciador permitiendo su reproducción a color y en grandes dimensiones. El francés Jules Cheret fue probablemente el verdadero promotor del cartel publicitario cuando creó un estilo propio con figuras de mujeres alegres luciendo grandes escotes. Cronológicamente, le siguió Henri de Toulouse-Lautrec quien captó el arte y la técnica del cartel moderno. Sus carteles, como el del AMBASSADEURS en París, demuestran una suprema facilidad con el color y las técnicas publicitarias, cómo reducir el texto al mínimo y combinar las palabras con la imagen.



Fig. 45 - Imagen izq.: Cartel para el Moulin Rouge de París por Jules Cheret.

Fig. 46 - Imagen der.: Litografía AUX AMBASSADEURS de Toulouse-Lautrec.

En general, la litografía tenía la ventaja de tener una apariencia casi fotográfica pero aún era un proceso largo y costoso.

La cuarta etapa comienza con el nacimiento de la fotografía, la cual se aplicó a las producciones gráficas y a la preparación de placas de impresión para reproducirlas, provocando el declive de las otras técnicas de impresión.



Fig.47-Anuncio de la cámara Kodak, alrededor del año 1888.

Las primeras fotografías aparecieron en algunos libros impresos hacia finales del siglo XIX, incrementando las posibilidades del realismo total en la ilustración. La revolución industrial aportó muchos adelantos como el desarrollo de tintas y pigmentos más sofisticados que añadieron nuevos colores al espectro, así como avances en la maquinaria y procesos de impresión.

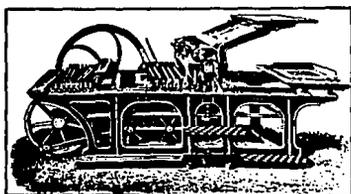


Fig. 48 - Una de las primeras máquinas offset instaladas en París a finales del siglo XIX.

La reproducción de semitonos, otro progreso sobresaliente, facilitó la multiplicación de obras a todo color mediante la superposición de semitonos de diferentes tintas, fragmentados con retículas para crear tonos. Buenos representantes de esta técnica fueron Arthur Rackham y Edmund Dulac, quienes trabajaban principalmente con acuarela, la cual les permitía fácilmente la reproducción de semitonos. Posteriormente, la introducción de la línea negra (black keyline) dio facilidad a la impresión de cuatro colores, con lo que los ilustradores pudieron emplear otros tipos de pintura para la reproducción, tal como puede verse en las ilustraciones con la técnica del temple por Howard Pyle para la revista Harper's Magazine.



Fig.49 - Páginas de la revista HARPER'S BAZAAR, 1935.

Las revistas ampliaron enormemente el panorama del artista. Por ejemplo, Norman Rockwell utilizó principalmente óleos en sus obras que se publicaban en revistas como el Saturday Evening Post durante los años 20 y 30, mostrando

la influencia de la fotografía sobre la ilustración. Desde la segunda mitad del siglo XIX hasta la época actual, la publicidad, la cual puede considerarse como una respuesta al desarrollo del comercio y la industria, se ha incrementado en casi todos los aspectos de la vida cotidiana. Con el aumento de la demanda y el avance tecnológico del offset, se hizo posible la reproducción e impresión a bajos costos de materiales cada vez más sofisticados. Ahora es posible imprimir obras gráficas o diseños a todo color de artistas como Andy Warhol o Milton Glaser, debido a que la reproducción a color es lo suficientemente barata para ser común en carteles, periódicos, y casi universal en las revistas y libros ilustrados. Es así como la re-



Fig.50 - Carteles de Milton Glaser realizados en 1967-8.

producción fotomecánica permitió la copia fiel de la obra del artista, eliminando por completo el oficio que desarrollaban los artesanos, el que consistía en transferir los diseños de los artistas a placas hechas a mano. Asimismo, desapareció la textura que daban

los bloques de madera, piedra o placas de metal, característica eminente en las imágenes ilustrativas hechas con esos procedimientos. Además, provocó el alejamiento gradual de las ilustraciones de documentos basados en hechos hacia imágenes de fantasía y ficción.

Por otra parte, los cambios constantes en los métodos de reproducción y la introducción de nuevos materiales, generaron un notable aumento en el grado de iconicidad y las posibilidades del ilustrador, quien ya no tiene que desarrollar los procesos de reproducción para ejercer su oficio como en el pasado, pero sí tener un conocimiento general sobre ellas. Aunque las actividades del ilustrador se han ramificado como, por ejemplo, en el área del cine o la televisión, *“el papel del ilustrador no ha cambiado sustancialmente, aún sigue trabajando al servicio de un patrón comercial y de los medios de comunicación.”*²¹

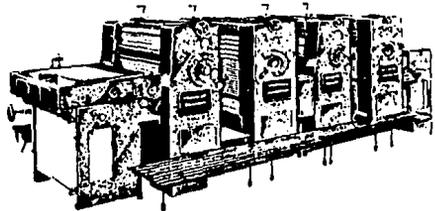


Fig.51 - La HEIDELBERG RVO es una máquina offset cilíndrica de cuatro colores.

21 Dalley, Terence, op.cit., pp. 13.

2.5 Técnicas

Para realizar cualquier ilustración es necesario conocer la amplia variedad de técnicas y materiales que existen en el mercado. De esta manera, el ilustrador tendrá a su disposición las herramientas adecuadas para ejecutar eficazmente su trabajo pudiendo inclusive, mediante ellas, darle carácter y estilo a su imagen. Por lo tanto, es elemental que conozca los efectos que atañen a cada técnica. Aunque no todas son utilizadas por todos los ilustradores, a continuación se describirán las



Fig.52.-Algunos materiales importantes para crear una ilustración.

principales técnicas de actualidad y sus características para que así se logre una idea global de ellas. En esta sección se analizarán brevemente: el lápiz, los lápices de colores, plumas, plumillas, tinta china, plumones, carbón, carboncillo, pastel, acuarela, acrílico, óleo, aerógrafo y computadora.

Lápiz y Lápices de Color

El lápiz es el utensilio más popular hoy en día y se clasifica bajo las técnicas de dibujo llamadas 'secas'. En realidad, el lápiz no es de



plomo, sino de una mezcla de grafito y barro; cuando tiene una mayor cantidad de barro, el lápiz es más suave. Esta unión de los dos materiales fue inventado por Nicholas-Jacques Conté (1755-1805). De allí en adelante el lápiz se convirtió en un medio para bocetar, ilustrar libros y realizar hasta obras de arte. Hay diecisiete grados de lápices, cada gradación indica el tipo de marca que deja sobre el papel. Los lápices están clasificados por rangos, por ejemplo, un 'H' es un lápiz muy duro, produciendo líneas muy definidas y grisáceas, mientras el 'B' es muy suave y produce líneas muy negras e irregulares como si fuera hecho con gis. En medio de estos dos rangos se encuentra el 'F' y 'HB', ambos son lápices de media gradación, siendo 'F' más duro que 'HB'. *“Los grados más blandos son utilizados principalmente para bocetar croquis sobre papeles de dibujo, donde se necesitan negros densos y es esencial poder borrar con facilidad. Los grados H son empleados más bien sobre materiales más duros, por ejemplo el papel vegetal, en el que se requiere precisión en las líneas.”*²²

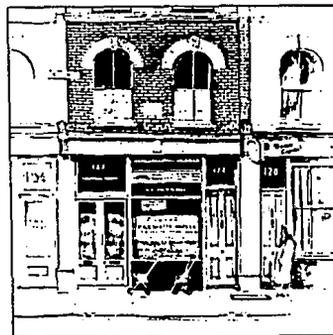
Fig. 63 - Imagen superior: Grados tonales del lápiz de grafito y sus principales aplicaciones.

Fig. 64 - Imagen central: El empleo del lápiz blando sobre un papel áspero, que refleja el grano, da un efecto casi impresionista.

Fig. 65 - Imagen inferior: Los lápices pueden dar una sensación de solidez o de angulosidad, según la presión con que se apliquen y la dureza del lápiz.

²² Murray, Ray, *Manual de Técnicas*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, pp. 18.

6B	Extra blando y negro	Para croquis
5B	Muy blando y negro	
4B	Blando y negro	
3B	Blando y negro	
2B	Blando y negro	
B	Negro	
HB	Duro y negro para uso general	Para dibujo técnico
F	Duro y negro para taquigrafía	
H	Duro	
2H	Duro	
3H	Duro	
4H	Muy duro	
5H	Muy duro	
6H	Muy duro	
7H	Extra duro	
8H	Extra duro	
9H	Extremadamente duro	



Para un ilustrador, el lápiz sirve principalmente para bocetar o trazar un dibujo antes de emplear otra técnica. En general, el lápiz permite un trazo suelto y la creación de una variedad de texturas que fácilmente pueden borrarse con goma.

Los lápices de color aparecieron al final del siglo XIX, y están hechos de materiales de color, barro, lubricante y aglutinante de resinas. Son más duros que gises y pasteles y por lo tanto es una buena técnica para ejecutar imágenes limpias y de carácter fuerte que tienden hacia el realismo debido al alto grado de meticulosidad con que se pueden manejar. Estos lápices resisten la luz y el agua, y se fabrican en una amplia gama de colores (hasta 72 colores) entre ellos el plata y el oro.

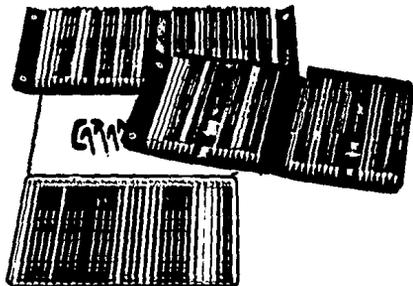


Fig. 56 - Existe una amplia variedad de lápices de color.

Plumas, Plumillas y Tinta China

Las plumillas son instrumentos que gozan de una larga historia y aún hoy en día siguen

usándose debido a su solidez y variedad de formas que existen en el mercado. Por su flexibilidad, desde semiblandas hasta las más duras, dan una rica variación de groesos, proporcionando trabajos de gran calidad. Se utilizan en los trabajos de texturación en blanco y negro, sepias y color. Las plumas fueron utilizadas como medio de ilustración en libros medievales y como una herramienta para los estudios sobre observaciones científicas durante el Renacimiento.

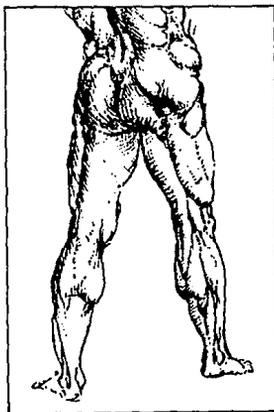


Fig. 57 - Los estudios anatómicos de Leonardo da Vinci demuestran que pueden conseguirse finas texturas con la tinta y pluma.

La tinta china que se usa con la plumilla, sea en negro o en color, existe en dos tipos: la primera, contra agua, que cuando se seca no es soluble en ésta, y la segunda, que puede desmancharse aun cuando está seca. El fuerte contraste monocromático que provocaban la

pluma y la tinta, fue popular en el siglo XVIII y XIX. Los trabajos de pluma y tinta con sus líneas fluidas, crean de inmediato imágenes fuertes en cuanto a línea y tono, tomando forma en puntos, líneas y texturas sueltas. Los dibujos con esta técnica son frecuentemente combinados con tintas de color o acuarela. Es importante mencionar que el papel de algodón liso es la única superficie útil para la plumilla y la tinta china. Es recomendable no usar papeles delgados satinados, ya que son más fáciles de rasgar con la plumilla.



Fig. 58 - Ejemplo del uso eficaz de líneas sueltas combinadas con manchones de tinta china.

El ilustrador puede emplear esta técnica con otras como complemento para enriquecer su trabajo o puede usarlo en caricaturas, dibujos técnicos o en ilustraciones. Es necesario observar que el manejo de esta técnica puede

darle a la imagen un efecto clásico porque sus características permiten una infinidad de texturas que nos llevan a pensar en los grabados de antaño.



Fig. 59 - Se pueden producir amplios rangos de efectos tonales con la plumilla y la tinta.



Fig. 60 - Ilustración contemporánea; técnica plumilla.

Plumones

Al igual que el lápiz, el plumón es el utensilio más usado para la aplicación de colores, para la elaboración de las primeras ideas e incluso para croquis y layouts. Hay una gama muy amplia tanto en colores como en

grosos, en tipos de acabados de la punta (de fieltro, fibra, tipo pincel, etc.). El éxito del plumón "se debe a varias ventajas. Los colores se mezclan con facilidad, son translúcidos hasta el punto de poder ser aplicados uno sobre otro, se secan instantáneamente y no se desparman."²³ Las tintas que son permanentes o solubles con agua, son formuladas especialmente para manejarse fluidamente y se secan con rapidez, destacándose por su claridad de color (incluso existen 100 tonos diferentes). Las tintas a base de alcohol tienen la desventaja de evaporarse pronto, especialmente si se dejan destapadas. Los plumones pueden utilizarse simplemente para hacer líneas o rellenar áreas de una imagen.

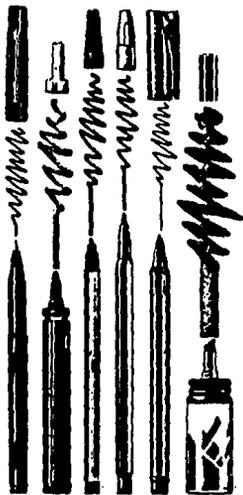


Fig. 61 - El plumón de punta de fieltro de fibra es un recipiente adentro en el equipo de diseño.

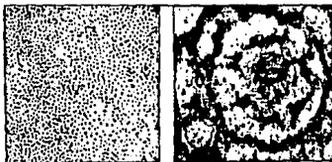


Fig. 62 - Con el plumón es posible crear efectos a base de puntos o manchones diluidos con agua.



Fig. 63 - El plumón es ideal para cubrir zonas determinadas.

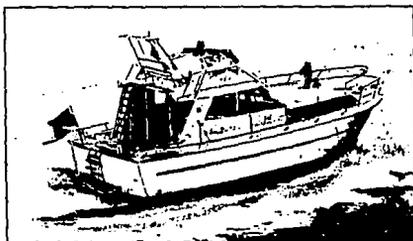


Fig. 64 - Ilustración realizada en plumón con base de tinta acuosa.

Carbón y Carboncillo

El carbón se obtiene de la madera quemada en la ausencia del aire. El carbón ha tenido un

23 *Ibidem*, pp. 24.

papel fundamental en la historia del arte, siendo usado universalmente para dibujos rápidos y estudios. En el siglo XIX era frecuentemente combinado con otras técnicas como lo hicieron artistas de alto renombre, entre ellos Edgar Degas (1834-1917) y Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901).

El carboncillo es fabricado en varios groesos y grados de dureza, según la madera usada, pudiéndose afilar la punta con una cuchilla aunque en sí sean frágiles. Para conseguir sutiles gradaciones tonales se puede difuminar con el dedo, esfumino, goma o agua limpia. Mucho más duros que el carboncillo son el carbón comprimido y los lápices de carboncillos. Sus elaboraciones se basan en aglutinar polvo de carbón, comprimiéndolo en forma de barras. Ambos son más limpios que el carboncillo.

Esta técnica permite un estilo espontáneo y fluido con difuminados que pueden crear interesantes degradaciones; también es un excelente medio para trabajar a grandes escalas directamente debido a su facilidad de uso.



Fig.66 - En este dibujo a carbón se han empleado líneas y tonos difuminados con agua.

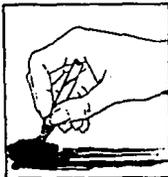


Fig.65 - Tres métodos de difuminar carbón: un esfumino (izq.), una goma de modelar (izq.inferior) y agua limpia (der.inferior).



Fig.67 - El carboncillo permite trazar líneas sueltas con gran rapidez.

"Tiene una fuerte tendencia a reflejar la granulación de la superficie, una cualidad que el artista puede explotar. Debido a su naturaleza frágil, los errores se pueden corregir con gamuza, o incluso soplando. Sin embargo, también tiene sus inconvenientes. Es sucio de manejar y los trazos pueden borrarse accidentalmente,"²⁴ por lo que se recomienda usar fijadores especiales.

Pastel

Los colores pasteles son materiales a base de pigmentos comprimidos y aglutinados con una goma y resina en forma de barras. Estas se clasifican en tres formas: blandas, medias o duras, según la cantidad de aglutinante que se incorpore a la pasta. Como es pigmento en su estado puro, se dice que el pastel es el medio más antiguo para colorear. No obstante, alcanzó su auge en Francia en el siglo XVIII en donde fue utilizado en retratos hasta finales del siglo XIX. Edgar Degas continuó explotando las cualidades del pastel, usándolo como un medio de pintura, ya que lo mezcló con trementina.

La ventaja principal de esta técnica para el ilustrador es que no se sirve de ningún líquido y por lo tanto no se pierde tiempo para secar y tiene un rango de tonos muy vasto. Sin embargo, *"el pastel es cada vez menos empleado... hubo una época en que fue el principal medio para dar color a los bocetos,*



Fig.68 - Imagen superior: Edgar Degas era un maestro del dibujo en esta técnica.

Fig.69 - Imagen central: Ilustración al óleo pastel.

Fig.70 - Imagen inferior: Ejemplo de la técnica de trazos cortos y sueltos al pastel.

²⁴ Dalley, Terence, op. cit., pp. 21.

pero gradualmente ha sido desplazado por los rotuladores (plumones).²⁵ En general, el ilustrador puede aprovechar la técnica del pastel para crear una atmósfera suave, delicada y difusa en sus dibujos. Se presentan en forma de barra cuadrada para rellenar áreas de color y en forma de lápiz para tareas más detalladas. También existen los pasteles al óleo que pueden mezclarse directamente sobre una superficie y como ventajas encontramos que no se necesitan fijar y son más resistentes a los roces.

Acuarela

Las pinturas de acuarela están hechas a base de pigmentos finamente molidos y amalgamados con goma arábiga, y su característica

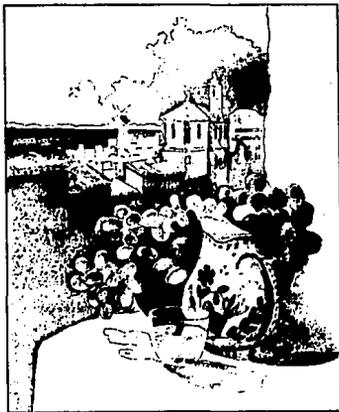


Fig. 71 - En la técnica de la acuarela es muy común diluir las pinturas con bastante agua creando manchas de colores pálidos.

25 Murray, Ray, *op. cit.*, pp. 25.

fundamental es su transparencia. Pueden ser diluidas con grandes cantidades de agua, produciendo un color muy pálido, siendo apenas una mancha en el papel, y usada con poca agua puede producir un color intenso similar al acrílico. La acuarela siempre tiene que trabajarse de claro a oscuro, creando los colores más oscuros por medio de capas o lavados.

La acuarela tiene una larga historia como un medio para colorear dibujos, desde el siglo XVI artistas como Durero y Rubens la empleaban en sus obras. En el siglo XVIII tuvo su apogeo con los paisajistas de la escuela inglesa. Este medio ha sido desde entonces popular porque puede crear efectos difusos o en contraste,



Fig. 72 - Es posible lograr mayor detalle con la acuarela cuando se emplean pinceladas secas.

dibujos bien definidos con colores claros y limpios. Con la invención de los tres colores primarios pigmento para los procesos de impresión a partir del siglo XIX, las ilustraciones ya pueden ser impresas en color; y consecuentemente la acuarela se convirtió en un importante medio comercial usado primordialmente en ilustraciones de libros.

Es una técnica versátil, permitiendo sueltas expresiones de línea o finos y meticulosos trabajos al pincel. Una ventaja para el ilustrador es la relativa maniobrabilidad de este método y la delicadeza del trabajo con el pincel. Sin embargo, una desventaja es su limitada gama de tonos.



Fig.73 - Portada para la revista THE NEW YORKER realizada en acuarela

Acrílicos

La pintura acrílica consiste en una base de pigmentos mezclados con químicos por lo que es un producto fabricado industrialmente. Después de la Segunda Guerra Mundial se popularizó esta técnica y se ha ido perfeccionando con los años. Los colores del acrílico son extremadamente versátiles; si se diluyen con mucha agua pueden utilizarse como acuarela, pero mezclados con otro acrílico pueden aplicarse como plastas. No obstante, no pueden ser combinados sobre la superficie como la pintura al óleo, ya que secan rápidamente, lo que puede ser conveniente para el ilustrador que puede encimar con poca demora.



Fig.74 - Ilustración con acrílico elaborada por medio de capas sucesivas de color, del más claro al más oscuro.



Fig.75 - Ilustración que muestra la calidad fotográfica que se puede obtener con el acrílico.



Fig.76 - El acrílico puede lograr efectos parecidos al óleo.

Sin embargo, si se manejan plastas de color se deberán aplicar varias capas, puesto que el acrílico no se distingue por su capacidad de cobertura. Este elemento puede usarse sobre cualquier superficie, ya sea en lienzos, pán-eles, papel, excepto aquellas con imprimación

oleosa. Además, es mucho más fuerte frente a las inclemencias y cambios atmosféricos que otras técnicas. Empero, una vez seco, no se puede deslavar, pues es permanente y sólo se puede corregir encimando colores.

Serigrafía

La serigrafía es un proceso de impresión por medio de plantillas para obtener modelos repetidos. Aunque ya se practicaba este método de duplicación desde hace muchos siglos, fue hasta 1918 cuando la serigrafía evolucionó considerablemente con la aparición de tejidos sintéticos, fotoplantillas y el desarrollo de nuevos materiales y tintas. Artistas contemporáneos como Andy Warhol y Roy Lichtenstein han experimentado con esta técnica en sus obras.

La serigrafía se basa en el principio de hacer pasar tinta a través de una plantilla o 'patrón' de impresión. Esta se adhiere por medio de calor a una trama de tejidos o pantalla,



Fig.77 - Obra realizada en serigrafía.

que se encuentra tensada a un bastidor de madera o metal. Una vez que el papel está colocado debajo de la pantalla, se aplica tinta en la parte superior y se esparce con un rodillo de goma, produciéndose la impresión final.

La mayor ventaja de esta técnica es su versatilidad, ya que se puede imprimir sobre casi cualquier superficie: papel, madera, vidrio, plástico, cerámica, tejidos, etc.

Aerógrafo

Los aerógrafos se basan en la propiedad de pulverizar o atomizar una determinada pintura diluida sobre una superficie o soporte. *"El primer aerógrafo perfeccionado lo patentó en 1893 el artista británico Charles Burdick. Desde entonces, se han añadido muchos perfeccionamientos técnicos, y el aerógrafo actual*

*es un instrumento sumamente refinado. En virtud de ello, es parte vital del equipo del ilustrador técnico."*²⁶ El aparato *"consiste en una delgada boquilla de pulverización conectada por un tubo elástico a un compresor, un cilindro recargable, un bote de aire comprimido, o bien una bomba accionada por el pie. El depósito de la plumilla se llena con pintura o tinta y, mediante la presión del aire, proyecta una fina nebulización."*²⁷ Existen diferentes tipos de aerógrafos, algunos son de gran precisión, pues

Fig.78 - Imagen der.: Existen varios tipos de aerógrafos que se caracterizan por los efectos que realizan sobre el papel.

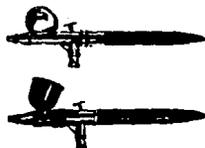
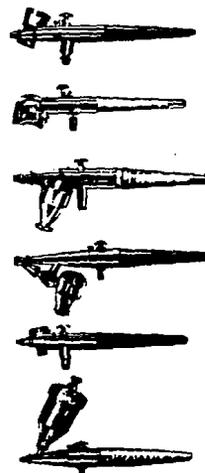


Fig.79 - Imagen inferior izq.: Dibujo comercial elaborada con esta técnica.



26 Dalley, Terrence, op. cit., pp. 96.

27 Murray, Ray, op. cit., pp. 25.

permiten trazar líneas finas, mientras otros se utilizan para pintar grandes áreas. Principalmente el aerógrafo se aplica para retocar fotografías, aplicaciones de fondos degradados, pintado de maquetas y trabajos de diseño gráfico en general. También se utiliza en ilustraciones dentro de los campos editoriales y publicitarios, al igual que en dibujos técnicos. La ventaja principal para el ilustrador es que el producto final se parece a una fotografía, aunque el proceso sea lento puesto que se tiene que enmascarillar cada área de la imagen.

en el siglo IV a. C. "Una cámara oscura es un cuarto oscuro o cámara con una pequeña abertura o lente en uno de los lados. Los rayos de luz que pasan a través de esta abertura, se proyectan en el lado opuesto y forman una imagen de los objetos brillantes del exterior."²⁸ Alrededor del año 1665 ya había cámaras portátiles, semejantes a una caja; en los años posteriores hasta nuestros días, la tecnología ha evolucionado enormemente en cuanto al equipo y material. Desde sus inicios, los artistas han utilizado la cámara oscura como una ayuda para el dibujo.

Fotografía

La historia de la fotografía abarca un siglo y medio, aunque la idea de la cámara oscura ya se conocía desde los tiempos de Aristóteles

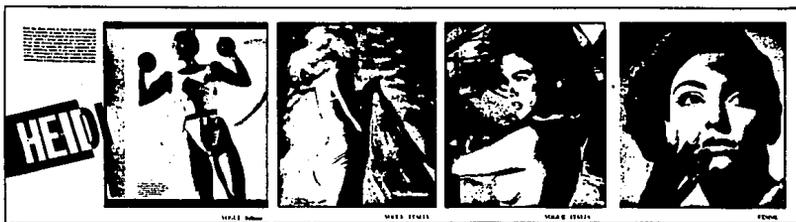


Fig.80 - Imagen superior izq.: Tres tipos de cámaras profesionales.

Fig.81 - Imagen Inferior: Fotografías de modelos para la Revista VOGUE.

Fig.82 - Imagen superior der.: Fotografía arquitectónica.

28 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, op. cit., pp. 186.

Hoy en día el ilustrador puede incursionar en este campo pero generalmente trabaja con un fotógrafo a partir de un dibujo hecho por él.

La ventaja de cualquier fotografía sobre una ilustración es su alto poder persuasivo, de tal forma que captura la realidad tal como la percibimos. Sin embargo, esta realidad es manipulada por el fotógrafo puesto que selecciona cuidadosamente el punto de vista, la luz, la distancia, las lentes, la profundidad de campo, el tipo de película, ya sea en blanco y negro o en color; así como otros aspectos que conforman a esa imagen. También puede emplear efectos especiales como el fotomontaje para realzar alguna idea y capturar la atención del espectador. Esta técnica es sin duda uno de los medios ilustrativos más utilizados dentro de las comunicaciones gráficas, especialmente en la publicidad. Sin embargo, es importante conservar las otras técnicas de ilustración, ya que da más espacio a la imaginación creando un carácter fuerte y fantástico sin limitarse a lo existente o aquello que la cámara registre y que el ojo ve. Por ejemplo, sería imposible fotografiar un edificio si aún no se ha construido, por lo que se deberá emplear un dibujo.

Computadora

El uso de la computadora, generalizado a partir de la segunda mitad de la década de los setentas, ha provocado que ésta sea la tecnología de vanguardia. Esto ha vuelto cada

vez más fácil y accesible su manejo, a tal grado que ya es común que cualquier familia tenga en su hogar una 'PC' (computadora personal). *"El trabajo del ilustrador técnico se ha simplificado mucho con el uso de computadoras aplicadas al diseño interactivo. Las computadoras pueden almacenar miles de dibujos técnicos junto con cálculos complicados."*²⁹ Los programas de diseño e ilustración disponibles en el mercado son tan avanzados, que permiten manipular, corregir, cambiar o modificar una imagen, pues se cuenta en pantalla con herramientas y técnicas para lograrlo.

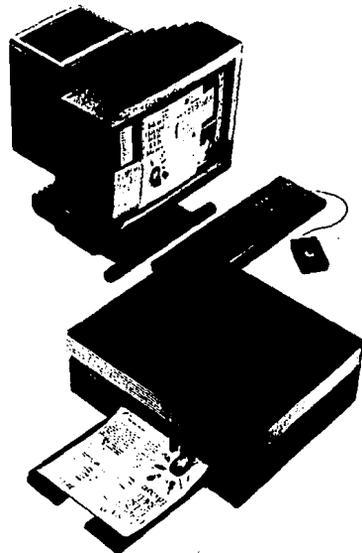


Fig. 83- La computadora Macintosh se especializa en programas de diseño.

²⁹ Dalley, Terence, *op. cit.*, pp. 101.

También "se pueden alinear rápidamente sobre la pantalla imágenes isométricas y en perspectiva de piezas y montajes."³⁰ Su ventaja para el ilustrador estriba en la limpieza, rapidez, exactitud, calidad y poco espacio en su uso, ya que incluso dichas máquinas pueden llegar a ser del tamaño de un cuaderno. Así, el ilustrador puede efectuar sus diseños en un sistema de cómputo, los cuales serán tan sofisticados como avanzado sea dicho equipo. La impresión se puede lograr en blanco y negro,

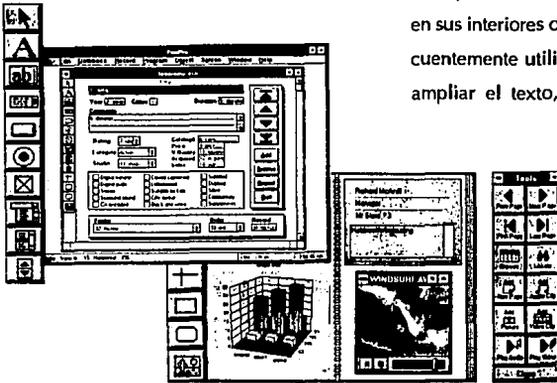
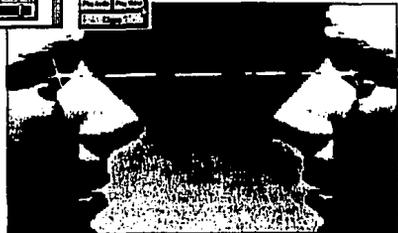


Fig. 84 - Con programas de computación sofisticados se pueden lograr imágenes de todo tipo.

así como en color, empero esto dependerá del tipo de impresora con que se cuente. No obstante, "aún quedan por introducir muchos perfeccionamientos en el campo de las computadoras de diseño, pero pronto ofrecerán al



ilustrador técnico una nueva dimensión"³¹ en sus usos.

2.6 Aplicaciones

Una vez que ya se han comentado las técnicas, es necesario reconocer los usos de la ilustración en los diferentes campos. A continuación se hará un listado de sus aplicaciones.

1. Editorial

Cabe mencionar que un periódico o revista no se puede concebir sin una ilustración, ya sea en sus interiores o en la cubierta. Estas son frecuentemente utilizadas para complementar o ampliar el texto, otras veces se relacionan

30 Ibidem, pp. 101.

31 Ibidem, pp. 101.

estrictamente al texto o también son puramente decorativas y en ocasiones pueden ser una combinación de ambas.



Fig. 85 - Las ilustraciones en periódicos y revistas pueden aliviar la monotonía del texto.

2. Publicidad

La publicidad contiene un área variada en cuanto se refiere al trabajo del ilustrador. El ilustrador tiene que crear imágenes claras, ya sea para un producto, servicio o campaña y

conocer su medio de reproducción. Además de que en esta actividad se puede hacer uso de toda la gama de técnicas que se conocen, sin límite alguno. La ilustración publicitaria forma una parte vital entre la comunicación del fabricante y consumidor. "El dicho 'una imagen vale más que mil palabras'



Fig. 80 - Ilustraciones para bebidas.

*es particularmente correcto para la ilustración. Una ilustración inteligentemente concebida, comisionada y puesta a la práctica, puede valer más de miles de consumidores.*³² En estos

³² Jennings, Simon, *op. cit.*, pp. 4 (traducción elaborada por la autora).

tiempos de alta tecnología, las técnicas que predominan en la ilustración comercial son la cámara fotográfica y la computadora.

3. Cartel

*"El cartel es el vehículo publicitario cuyo contenido ha de ser eminentemente gráfico, llamativo, comprensible y persuasivo, a fin de fijar el recuerdo y promover la acción en favor de la idea, el producto o el servicio que se esté anunciando."*³³ En esta actividad el ilustrador puede liberar su creatividad, empleando una gran variedad de técnicas. Además debe conocer materiales, soportes y sistemas de reproducción porque de otra forma quizá no llegue a provocar el efecto deseado.



Fig. 87- Este cartel muestra el ingenio del ilustrador.

33 Parramón, José Ma., *Así Se Pinta un Cartel*, Colección *Aprender Haciendo Grafismos*, Instituto Parramón Ediciones, Barcelona, 1972, pp. 37.

4. Envases

Este campo es sumamente interesante, debido a que aquí el ilustrador no sólo es un dibujante sino también un artesano. En la grandeza de su imaginación y habilidad para la creación, estribaré el éxito de un contenedor o envase. Los tipos de empaque pueden variar enormemente en tamaño y forma, y la ilustración requerida puede variar de imágenes planas, para ser vistas de un solo ángulo o tridimensionalmente.



Fig. 88- Un buen envase es un factor importante para que el producto tenga éxito en el mercado.

5. Portada de Libros, Revistas y Discos

Generalmente, las ilustraciones para cubiertas de libros, revistas o discos están diseñadas para indicar su contenido y sobre todo llamar la atención, mientras se deja algo a la imaginación del lector potencial. También se crean imágenes con fines puramente decorativos. En las portadas de discos es común encontrar fotografías de los intérpretes, con o sin efectos especiales.



Fig.89 - Portadas para la revista VOGUE, el libro ORGANIZACIONES CAMPESINAS y el disco EL CIRCO de la Maldita Vecindad.

6. Libros Infantiles

Aquí el ilustrador deberá manejar caracterizaciones agradables, pues si se quiere llamar la atención de este tipo de consumidor, es necesario ser simplista y narrativo, es decir, la imagen deberá platicar la historia de manera clara. La caricatura podrá identificar al ilustrador como artista con un estilo propio.



Fig.90 - Ilustraciones para libros infantiles de personajes originales.

7. Modas

Para conseguir empleo en esta área, el ilustrador debe manejar y aplicar las proporciones anatómicas del cuerpo humano para poder llegar a estilizarlos correctamente en sus bocetos de modas. También deberá tener un amplio conocimiento sobre el uso de telas y sus características: color, textura, dimensiones, peso, etc., al igual que las tendencias dentro de la moda.



Fig. 91 - Dentro del campo de la moda el ilustrador puede lograr estilizaciones únicas.

8. Tarjetas para Toda Ocasión

La variedad de esta clase de tarjetas es vasta, ya que indican mensajes para todas las ocasiones e imágenes para todos los gustos. Se pueden manejar tarjetas de diferentes formas, siendo estas planas o con origami, según la habilidad, técnica y creatividad del ilustrador.

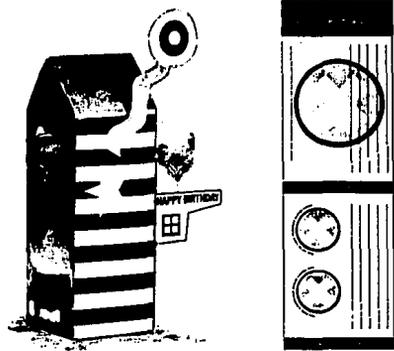


Fig. 92 - Las tarjetas para toda ocasión deben ser siempre llamativas e ir acorde a la ocasión o evento.

9. Ciencias Naturales

En este campo es importante tener conocimientos previos de la zoología y la biología. El ilustrador deberá salir a la naturaleza y observar al espécimen que dibujará para así plasmarlo con la mayor verosimilitud. Sin embargo, esto no siempre es posible por lo que se necesitará investigar y utilizar como referencia libros o revistas para poder desarrollar la ilustración del animal o planta en cuestión.



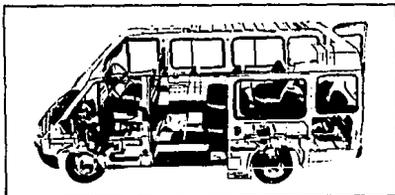
Fig. 93 - Imágenes sup.: Ilustraciones tan precisas como estas son utilizadas en libros o revistas para complementar o explicar el texto.

Fig. 94 - Imágenes dor.: Las ilustraciones técnicas enseñan lo que el ojo no puede ver, demostrando así la superioridad de la ilustración sobre la fotografía.

10. Ilustración Técnica

Este tipo de ilustración es de suma importancia en este siglo caracterizado por su desarrollo industrial y tecnológico, puesto que ayuda al individuo a entender su medio ambiente y el funcionamiento de los elementos. Crear una ilustración técnica es complicado porque es necesario mostrar varios aspectos de un producto específico; esto es, tomas exteriores e interiores y la relación de todas sus partes.

Por lo anterior, podemos concluir que el campo de trabajo del ilustrador es enorme, debido a que cada una de estas aplicaciones puede tener muchas derivaciones.





Capítulo 3

La Imagen dentro
de la Ilustración

3. La Imagen dentro de la Ilustración

Nos encontramos viviendo en una época visual, en donde somos susceptibles de recibir imágenes de la mañana a la noche. "Al abrir el periódico en el desayuno vemos fotografías de hombres y mujeres que son noticia, y al alzar los ojos del periódico encontramos una imagen en la caja de cereales. Llega el correo y de sobre en sobre van apareciendo brillantes folletos con imágenes de tentadores paisajes y muchachas que toman el sol, incitándonos a irnos de vacaciones en un crucero, o de elegante ropa de caballero que nos tientan a hacernos un traje a la medida. Al salir de casa, vemos junto a la carretera carteles que tratan de captar nuestra mirada y jugar con nuestras ganas de fumar, beber o comer. En el trabajo es más que probable que tengamos que manejar algún tipo de información gráfica: fotografías, bocetos, catálogos, proyectos, mapas o al menos gráficas. Por la noche, al descansar, nos sentamos frente al receptor de televisión, la nueva ventana al mundo, y vemos pasar

imágenes de placeres y horrores. Hasta las imágenes de tiempos pasados o de países

lejanos son más accesibles para nosotros que para el público al que fueron creadas. En las casas se acumulan libros ilustrados, tarjetas postales y diapositivas en colores como recuerdos de viaje y fotografías familiares."³⁴

No debe causar sorpresa el que estemos iniciando una etapa histórica en la vida del hombre, donde la imagen se impondrá a la palabra escrita. Tal reflexión debe indicar, con más precisión, las posibilidades de la imagen en la comunicación, preguntarse qué puede y qué no puede hacer mejor que el lenguaje hablado o escrito. De esta forma se comprobará cómo la imagen visual está regida por elementos básicos, técnicas de comunicación y su propia retórica lo que le da capacidad de inducción. Sin embargo, se reconocerá

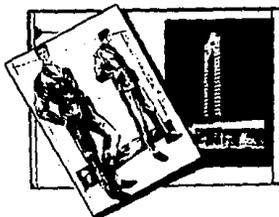


Fig.95 - El aceso publicitario.

34 Gombrich, E.H., *La Imagen y el Ojo*, Alianza Forma, Madrid, 1991, pp. 129.

que el lenguaje verbal es necesario para aclarar sus fines expresivos. Es así como el ilustrador deberá tomar o considerar todos estos elementos al momento de crear una imagen figurativa trascendental.

3.1 Conceptos sobre la Imagen

A esta civilización del siglo XX se le ha denominado la 'civilización de la imagen', ya que constituye uno de los fenómenos culturales más importantes del entorno del hombre civilizado. ¿Qué es la imagen? *"La palabra 'imagen' deriva del latín 'imago', es decir, figura, sombra, imitación. Hoy en día quiere decir: figura o representación de una cosa, y por extensión, como la representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos."*³⁵ Una página de publicidad en una revista ilustrada, es totalmente percibida a través de la vista; no obstante, consiste de dos partes: la ilustración y el texto. Solamente la ilustración se puede considerar como imagen, puesto que representa el objeto (concepto que define la palabra imagen). La imagen ocupa una superficie hegemónica en las revistas ilustradas, en el cine y la televisión, considerando así que todos estos sistemas de comunicación se establecen a través de ella. La reproducción de un texto escrito para anun-

ciar una marca de ropa en la fachada luminosa de un edificio son palabras que realmente representan una imagen. Entonces, como imagen se puede aceptar cualquier fenómeno visual que integre la representación de objetos con los que mantenga una relación de semejanza.

Según su naturaleza existen cuatro variedades de imágenes: "a) las imágenes (por ejemplo, la fotografía de identidad de una persona -fig.96); b) las imágenes de imágenes (como la fotografía de Nixon reproducida ante las cámaras de televisión y difundida por este medio), es decir, toda reproducción de una representación iconográfica (fig.97); c) las imágenes de no-imágenes (por ejemplo, el nombre de Jane Fonda que aparece en la pantalla cinematográfica al proyectarse el reparto de una película: las letras filmadas no guardan relación de semejanza con Jane Fonda, mientras que las letras percibidas por el espectador sí mantienen relación con la imagen ya conocida de la actriz (fig. 98), y



Fig.96 - La fotografía de Marilyn Monroe es una imagen.

35 *Teoría de la Imagen*, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat Editores, Barcelona, 1973, pp. 25.

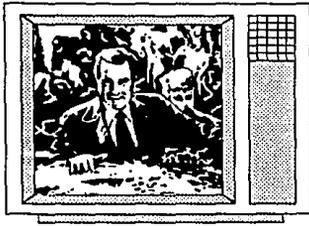


Fig.97 - Las imágenes de imágenes.

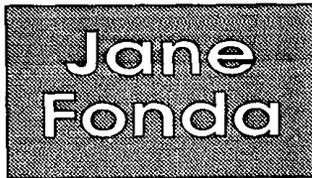


Fig.98 - Las imágenes de no-imágenes.

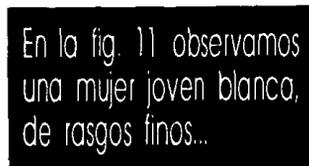


Fig.99 - Las no-imágenes de imágenes.

*d) las no-imágenes de imágenes, es decir, toda descripción verbal de una imagen (fig.99)."*³⁰

Las imágenes se pueden clasificar también a partir de los sentidos que pueden percibir las, es decir, hay imagen visual, acústica, táctil, olfativa. La visual se puede dividir en dos

36 *Ibidem*, pp. 30.

clases: imágenes fijas o estáticas y móviles o dinámicas. La imagen fija tiene su origen en el deseo del hombre de retener, de perpetuar a través del tiempo un aspecto visual del mundo exterior (fotografía e ilustración). La imagen sólo es inteligible cuando el receptor, el hombre, puede identificar unos objetos, seres humanos, animales o el medio ambiente. A este tipo de imagen se le llama también figurativa. La imagen móvil se caracteriza por representar un fragmento del desarrollo de la historia visual, es decir, movimiento y tiempo (cine y televisión).

Como se observó en el concepto de imagen, existen dos elementos fundamentales: la forma objetiva de lo representado y la percepción humana del campo visual. La mayoría de la información que se conoce "acerca de la interacción y el efecto de la percepción humana sobre el significado visual se lo debemos a los estudios y experimentos de la psicología GESTALT, pero la mentalidad GESTALT puede ofrecer algo más que la simple relación entre fenómenos psicofisiológicos y expresión visual. Su base teórica es la convicción de que abordar la comprensión y el análisis de cualquier sistema requiere reconocer que el sistema u objeto como un todo está constituido por partes interactuantes que pueden aislarse y observarse en completa independencia para después

recomponerse en un todo. No es posible cambiar una sola unidad del sistema sin modificar el conjunto."³⁷

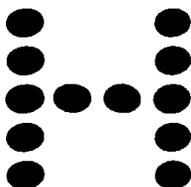


Fig.100 - Este ejemplo de tipo GESTALT demuestra que los puntos pueden observarse separadamente o en su conjunto formando la letra H.

Con la existencia de imágenes surge la presencia de elementos como la forma, el movimiento, la percepción humana que sólo aparecen cuando hay un receptor, una persona que recibe el mensaje visual a través de la vista. Por lo tanto, no hay una imagen sin un proceso de comunicación. *“Este proceso se establece cuando existe un sujeto agente (emisor), un mensaje, un medio de transmitirlo y un sujeto receptor (fig. 101). En el caso de la teoría de la imagen, el mensaje que intervenga en el proceso tendrá que ser visual, y los elementos restantes del proceso deberán adecuarse a la naturaleza del fenómeno iconográfico. En primer lugar debe existir un código, es decir, conocimientos que poseen en común el emisor y el receptor antes de comenzar la comunicación. El código servirá para que podamos ‘leer’ las imágenes,*

37 Dondis, D. A., *Sintaxis de la Imagen*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1984, pp. 53.

ya que contiene el sistema de correspondencias que permitirá la interpretación del mensaje visual.”³⁸ En el caso de las fotografías de prensa, el título y el texto o pie, que acompañan a la imagen son los que la sitúan en un contexto determinado y le dan una significación al contenido literal.



Fig.101 - Esquema de la comunicación.

Anterior a la llegada de los medios tecnológicos para el desarrollo y transmisión de la imagen, era la mano del artista o técnico la que constituía el gran instrumento del emisor en el proceso de la comunicación visual. Los materiales utilizados como paredes, piedras, arcilla, yeso, tejidos, telas, pieles, etc., eran los soportes de la imagen. Por último, el receptor tenía que hacer uso de la simple observación directa para percibirla. Esta situación se extendió hasta la segunda mitad del siglo XIX, pero cambió cuando la fotografía se incorporó en la tecnología de la imagen. Con el descubrimiento del cine y la televisión el universo de la imagen llegó a dimensiones inagotables que, incluso, en la actualidad se crean imágenes u objetos que no existen. Debido al avance en el campo de la

38 *Ibidem*, pp. 37 y 39.

copia múltiple, se puede incrementar la impresión de libros, comerciales, carteles, etc., en un lapso de tiempo mínimo y así producir iconos con gran rapidez.

La creciente supremacía iconológica en los medios de comunicación de masas ha sido la causa de que se extendiera la expresión 'civilización de la imagen' con la que califican nuestra época. No obstante, la historia de la comunicación demuestra que la ilustración y la iconografía se incorporaron precozmente a los contenidos de los medios de comunicación social o colectiva más primarios y rudimentarios. Entre otras razones, porque la imagen exige un esfuerzo de 'lectura' mucho más insignificante que el que requiere cualquier texto. Con el avance de los siglos, la imagen que cumplía una función puramente estética y, en último extremo ilustrativa, se ha transformado hoy en día "en un elemento informativo autónomo, fundamental e indispensable. Lo que el hombre espera de ella, cuando la ve en la pantalla de televisión o en la página de una gran revista ilustrada, es la versión visual de lo que ha leído en la prensa o ha escuchado en la radio. La necesidad de la información de masas, tal como hoy se concibe, empuja a buscar en la imagen todo lo que pueda aportar de inédito, sorprendente, insólito, dramático o 'sensacional'... Es indudable que la imagen se ha industrializado considerablemente, hasta el punto de perder el ca-

rácter romántico de creación única por un artista inspirado."³⁹

3.2 Elementos Básicos para la Imagen

Al percibir nuestro entorno "tenemos muchas posibilidades de seleccionar algo porque los límites son muy amplios, a lo que se suma nuestro propio movimiento, tanto de los ojos como de la cabeza y del cuerpo. En cambio, cuando estamos frente a una imagen sucede algo distinto, porque ella está dentro de los límites de un plano. El plano gráfico tiene leyes, tensiones internas, lugares que dan a los elementos icónicos una significación y una tensión diferente."⁴⁰

Cuando se convierte un objeto real en su representación bidimensional, sobre algun so-



Fig. 102.- Los carteles espectaculares que flanquean las calles compiten uno con otro para llamar nuestra atención.

39 *Ibidem*, pp. 58, 60-61.

40 Prieto, Daniel C., *Elementos para el Análisis de Mensajes*, ILCE, México, 1987, pp. 97.

soporte, se utilizan los elementos visuales. Estos constan del "punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la escala, la dimensión y el movimiento. Son los componentes irreductibles de los medios visuales, los ingredientes básicos que se utilizan para el desarrollo del pensamiento y la comunicación visual. Tienen la capacidad espectacular de transmitir información de una forma fácil y directa, mensajes comprensibles sin esfuerzo para cualquiera que los vea. Estos elementos básicos son los medios visuales esenciales."⁴¹ La estructura del trabajo visual determina qué elementos visuales están presentes y con qué énfasis.

Para analizar y comprender la estructura total de la imagen es útil centrarse en los elementos visuales para comprender mejor sus cualidades específicas, por lo que a continuación se describirán brevemente.

Punto

"El punto es la unidad más simple, irreductiblemente mínima, de comunicación visual. Cualquier punto tiene una fuerza visual grande de atracción sobre el ojo."⁴² Generalmente, su forma "es la de un círculo simple, compacto, carente de ángulos y de dirección.

Sin embargo, un punto puede ser cuadrado, triangular, oval o incluso de una forma irregular."⁴³ (fig.103)



Fig. 103 - Diferentes formas del punto.

Línea

"Cuando los puntos están tan próximos entre sí que no pueden reconocerse individualmente, aumenta la sensación de direccionalidad y la cadena de puntos se convierte en otro elemento visual distinto, la línea."⁴⁴ Esta se puede definir también como un punto en movimiento y se caracteriza por su ancho muy estrecho y su longitud prominente (fig.104). "En las artes visuales, la línea tiene una enorme energía, es infatigable y es el elemento visual por excelencia del boceto. La

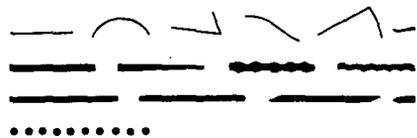


Fig. 104 - Una línea puede ser recta, curva o quebrada. su cuerpo liso, afilado, nudoso o irregular, y sus extremidades cuadradas, redondas o puntiagudas. Los puntos en hilera son una línea conceptual y no visual.

41 Dondis, D. A., op. cit., pp. 80-81.

42 Ibidem, pp. 55.

43 Wong, Wucius, *Fundamentos del Diseño Bi y Tri-Dimensional*, Ed. Gustavo Gili., Barcelona, 1981, pp. 13.

44 Dondis, D. A., op.cit., pp. 57.

*línea no es vaga, es precisa, tiene una dirección y un propósito, va a algún sitio, cumple algo definido.*⁴⁵

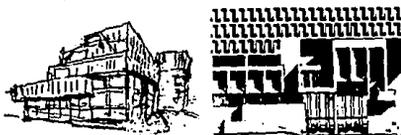


Fig. 105 - La línea es el medio indispensable para visualizar lo que no puedo ver.

Contorno

“Cuando la línea se cierra sobre sí misma o se cruza con otras, surge el contorno.”⁴⁶ Existen tres contornos fundamentales: el cuadrado, el círculo y el triángulo (fig. 106). *“Un cuadrado es una figura de cuatro lados con ángulos rectos exactamente iguales en sus esquinas y lados que tienen la misma longitud. Un círculo es una figura continuamente curvada cuyo perímetro equidista en todos sus puntos del centro. Un triángulo equilátero es una figura de tres lados cuyos ángulos y lados son todos iguales.”⁴⁷*

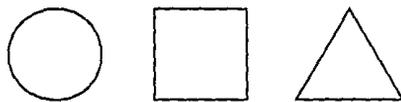


Fig. 106 - Los tres contornos básicos

45 *Ibidem*, pp. 57.

46 Prieto, Daniel C., *op. cit.*, pp. 99.

47 Dondis, D. A., *op. cit.*, pp. 59.

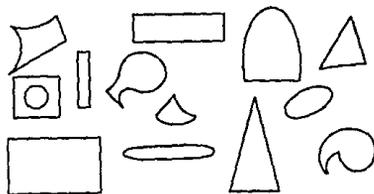


Fig. 107 - A partir de estos contornos existen infinitas formas, ya sean naturales o de la imaginación del hombre.

Dirección

“Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales básicas y significativas: el cuadrado, la horizontal y la vertical; el triángulo, la diagonal; el círculo, la curva. Cada una de las direcciones visuales tienen un fuerte significado asociativo y es una herramienta valiosa para la confección de mensajes visuales.”⁴⁸ (fig. 108) Las direcciones horizontal y vertical tienen un significado asociado al equilibrio, mientras que la diagonal crea lo opuesto, la inestabilidad. La dirección curva esta ligada al encuadramiento, la repetición y al calor.



Fig. 108 - De los contornos básicos derivan tres direcciones visuales: la horizontal-vertical, la diagonal y la curva.

48 *Ibidem*, pp. 60.

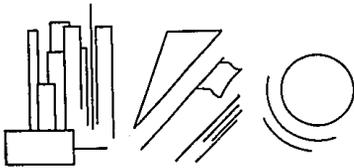


Fig.109 - Todas las fuerzas direccionales crean un efecto y significado final en una composición.

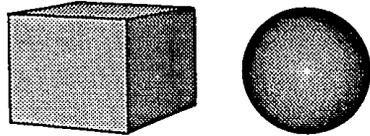


Fig.111 - La tridimensionalidad de las formas se logra mediante la combinación de la perspectiva y el tono.

Tono

En el momento que la luz incide sobre un plano, las variaciones que produce o sea el tono, nos permite distinguirlo ópticamente y se crean sensaciones de profundidad, cercanía, contraste, etc. *"Cuando se observa la tonalidad de la naturaleza se ve la luz auténtica. Cuando se trata de la tonalidad en el grafismo, la pintura, la fotografía o el cine, se refiere a alguna clase de pigmento, pintura o nitrato de plata que se usa para simular el tono natural. Entre la luz y la oscuridad de la naturaleza hay cientos de grados tonales distintos, pero en las artes gráficas y en la fotografía esos grados están muy restringidos."*⁴⁹ (fig.110) Nuestro mundo es dimensional y el tono es uno de los mejores instrumentos para indicar y expresarlo.

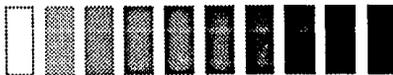


Fig.110 - Escala tonal entre el pigmento blanco y el pigmento negro.

49 *Ibidem*, pp. 62.

Color

El color es una radiación electromagnética con una determinada longitud de onda, que es recibida por el ojo en forma de energía. Esta es conducida por el nervio óptico hasta el cerebro donde la información es traducida por nuestros sistemas de percepción e identificación. Este proceso se logra por medio de la luz emitida por el sol, o luz blanca, la cual está compuesta de tres colores básicos: rojo, verde y violeta. Mezclados entre sí configuran toda la gama cromática que percibimos en la naturaleza (arco iris). En las artes gráficas se emplean los colores pigmentos. Cuando los colores pigmento primarios: azul cian, amarillo y rojo magenta se unen entre sí dan toda la gama cromática posible con la ayuda del blanco y negro.

El color se puede definir y medir sobre tres dimensiones: matiz, saturación y brillo. El matiz, un término asignado por el hombre, es la denominación concreta de un color (fig.112). Entonces el amarillo, rojo magenta y azul cian son los tres matices primarios y cada uno representa características primordiales. *"El ama-*

rillo es el color que se considera más cerca a la luz y al calor; el rojo es el más emocional y activo; el azul pasivo y suave. El amarillo y el rojo tienden a expandirse y el azul a contraerse. La estructura cromática se enseña mediante la rueda de colores (fig.113), en ésta aparecen invariablemente los colores primarios (rojo, amarillo, azul) y los secundarios (naranja, verde y violeta). Sin embargo, existen mezclas de más de doce matices.⁵⁰ La saturación "es la pureza intrínseca del color respecto al gris... se puede entender como el color en su máxima viveza; así, un rojo luminoso se denomina rojo saturado."⁵¹ (fig.114) Cuando este color rojo se aclara u oscurece se considera como compuesto. Por último, el tono o brillo se liga a la gradación tonal acromática, esto es, el paso de la imagen en color a grises o blanco y negro, sin que por ello cambie su estructura (fig.115).

Además, los colores tienen posibilidades de interpretación por sus altos niveles significativos. "Por supuesto que no pueden establecerse reglas universales, válidas para

todos los países. El significado del color está muy ligado a la experiencia cotidiana de la gente y es a partir de ella que hay que analizarlo. Aunque es preciso reconocer la existencia de connotaciones sobre el color que han sido socialmente programadas. La publicidad, por ejemplo, difunde colores que tienen cierta relación con ambientes y situaciones."⁵²

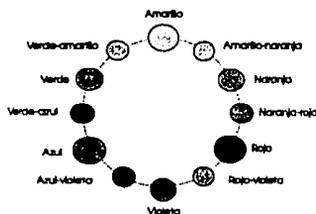


Fig.113-Diagrama cromático



Fig.114- Un rojo luminoso se denomina rojo saturado. El color rojo, ya sea claro u oscuro, se considera como compuesto.

AZUL
ROJO
AMARILLO

Fig.112- El matiz es el nombre específico de un color: azul, rojo, amarillo, etc.

50 Ibidem, pp. 67-68.

51 Ubia, Josep, et. al., *Curso de Diseño Gráfico, Vol. I, Madrid, 1984, pp. 68.*



Fig.116- Imagen con una gradación tonal acromática.

52 Prieto, Daniel C., op. cit., pp. 102-103.

Textura

La textura es la experiencia sensitiva y enriquecedora que puede lograrse mediante el tacto y la vista o ambos. *"Está relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material. Es posible que una textura no tenga ninguna cualidad táctil, y sólo las tenga ópticas, como las líneas de una página impresa. Cuando si hay textura real, coexisten las cualidades táctiles y ópticas por separado y específicamente, permitiendo una sensación individual al ojo y a la mano."*⁵³

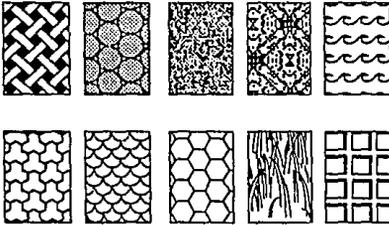


Fig. 116. Ejemplos de texturas ópticas de módulos pequeños, reunidos densamente en estructuras rígidas o sueltas.

Escala

Esta se produce cuando los elementos visuales establecen relaciones entre sí o se modifican y definen (fig. 117). Es un concepto relacional que suele emplearse en planos y mapas para representar una medición proporcional real indispensable para los arquitectos (fig. 118).

53 Dondis, D. A., *op. cit.*, pp. 70.

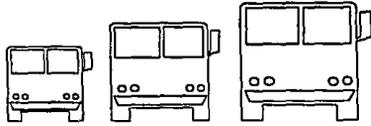


Fig. 117. Escala de tamaños

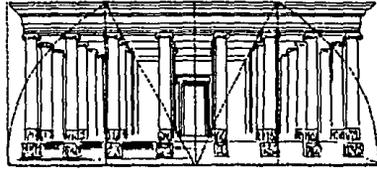


Fig. 118. La 'sección áurea' del griego es una fórmula para proporciones.

Dimensión

La dimensión *"es la longitud o el volumen de una línea, superficie o cuerpo; es la extensión de un objeto en una dirección determinada"*⁵⁴ La dimensión existe en el mundo real y depende también de la ilusión. *"No sólo podemos sentirla, sino verla con ayuda de nuestra visión estereoscópica biocular (fig. 119). Pero en ninguna de las representaciones bidimensionales de la realidad, sean dibujos, pinturas, fotografías, películas o emisiones de televisión, existe un volumen real, éste sólo está implícito."*



Fig. 119. Visión estereoscópica biocular del ser humano.

54 *Diccionario Enciclopédico Brujuna*, Tomo 6, Editorial Brujuna, México, 1979, pp. 666.

La ilusión se refuerza de muchas maneras, pero el artificio fundamental para simular la dimensión es la convención técnica de la perspectiva (fig.120). Los efectos que produce la perspectiva pueden intensificarse mediante la manipulación tonal del 'claroscuro', énfasis espectacular a base de luces y sombras."⁵⁵

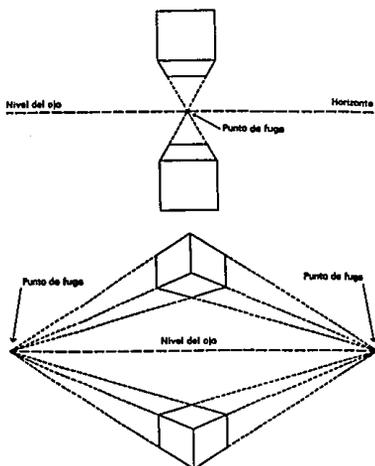


Fig.120 - Para lograr la perspectiva es necesario utilizar puntos de fuga.

Movimiento

El movimiento es, sin duda, una de las fuerzas visuales más predominantes en la experiencia humana. Lo encontramos en el film, en la televisión y en todo lo que se visualiza con algún componente de movi-

miento. En la información visual estática es difícil conseguir la sugerencia de movimiento sin distorsionar la realidad. Sin embargo, es posible lograrlo mediante técnicas capaces de engañar al ojo tales como la textura o la dimensión. En las artes gráficas, el movimiento siempre atribuye un carácter dinámico a la composición (fig.121). El film cinematográfico es el grado máximo de la reproducción del movimiento, el cual se ha aproximado con mayor eficacia a la vida del hombre (fig.122).



Fig.121 - La ilusión de movimiento en una composición gráfica.

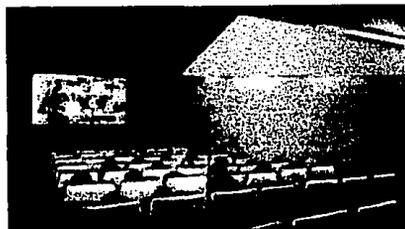


Fig.122 - El film cinematográfico es en realidad una serie de imágenes inmóviles que al observarlas en intervalos de tiempo apropiado, el movimiento parece real.

55 Dondis, D. A., op. cit., pp. 74.

3.3 Técnicas de Comunicación

Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia gama de medios para la expresión gráfica en la composición de sus mensajes. Una composición esta constituida por los elementos básicos que adquieren carácter expresivo cuando son manipulados por las técnicas visuales. Unidos los dos, deben fundamentalmente llamar la atención del receptor. Sería imposible enumerar aquí todas las técnicas visuales disponibles o dar definiciones acertadas de las mismas, ya que existen numerosas posibilidades de combinación del lenguaje visual. Sin embargo, es importante que el diseñador o ilustrador las conozca teóricamente para desarrollar un trabajo claro en su contenido. Al efectuar la composición, su interpretación personal decidirá qué técnica favorece o ayuda mejor a la transmisión del mensaje deseado. Dondis, en su libro 'Sintaxis de la Imagen', ofrece una serie de técnicas y sus contrarias como estrategias para la comunicación visual. A continuación se presentarán las más importantes.

Contraste vs. Armonía

El contraste es considerado por el autor como la principal técnica porque como *"estrategia visual para agudizar el significado, no sólo puede excitar y atraer la atención del observador sino que es también capaz de*

*dramatizar ese significado para hacerlo más importante y más dinámico. Por ejemplo, si queremos que algo parezca claramente grande, no hay más que poner otra cosa pequeña junto a ello. Esto es el contraste, una organización de los estímulos visuales orientada a la consecución de un efecto intenso."*⁵⁶ También existe contraste de contorno, en donde las formas irregulares atraen más la atención que los sencillos; el de color, logrando contraste por tono, por matiz y por saturación. En la fig. 123 existe contraste de tonos, en donde el mayor peso recaerá sobre el elemento claro y no sobre el espacio negro.



Fig.123-Contraste portonos.

Su pareja opuesta es la armonía, la cual *"es un método útil para la solución de los problemas compositivos por medio del equilibrio absoluto, confeccionando diseños limpios y nítidos."*⁵⁷

56 Ibidem, pp. 114.

57 Ibidem, pp. 112.

(fig.124) Sin embargo, tiende al aburrimiento porque la mente y el ojo necesitan de sorpresas visuales que acentúen la audacia del diseño.

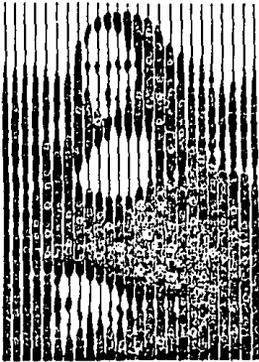


Fig.124 - Armonía de color y elementos.

Equilibrio vs. Inestabilidad

Después de la técnica visual del contraste, la más importante es la del equilibrio. Ello, debido al funcionamiento de la percepción humana y en la constante búsqueda de equilibrio, que se manifiesta tanto en la composición de un diseño como en el campo visual. *"El equilibrio es una estrategia de diseño en la que hay un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos."*⁵⁸ (fig.125)

La inestabilidad, opuesta a la anterior, es la ausencia de equilibrio y permite crear composiciones provocativas e inquietantes para el que lo observa (fig.126).

58 *Ibidem*, pp. 131.

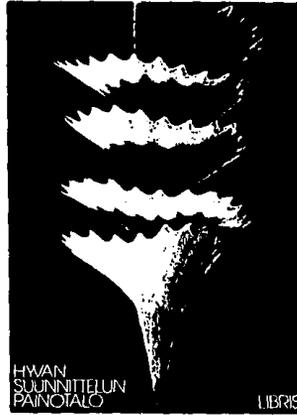


Fig.125 - Equilibrio central

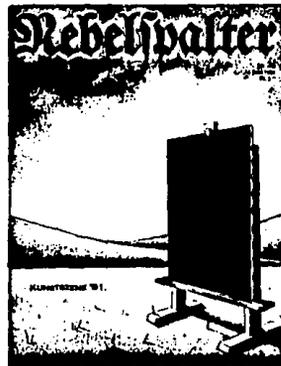


Fig.126 - Inestabilidad provocada por el pizarrón.

Simetría vs. Asimetría

El equilibrio se puede manifestar de dos formas, simétrica y asimétricamente. La simetría es el equilibrio axial en donde cada elemento ubicado a un lado de la línea central

de un plano equivale a otra en el lado contrario. Dondis advierte que es un recurso fácil de emplear pero tiende a resultar estático y aburrido (fig.127).



Fig.127-Simetría horizontal

Su contraria es la asimetría, que según los griegos, era considerada como un mal equilibrio. La asimetría resulta complicada y requiere de ajustar las fuerzas internas de la composición para no provocar el rechazo del espectador, pero puede aportar una interesante variedad a la composición (fig.128).

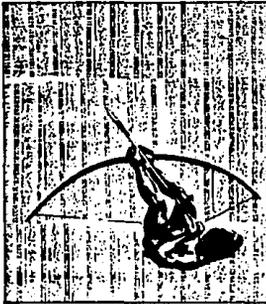


Fig.128 - Asimetría de la figura sobre un fondo regular.

Regularidad vs. Irregularidad

La regularidad en el diseño se logra mediante la uniformidad de elementos, es la continuidad de un orden basado en algún principio, en relación con el cual no se permiten desviaciones (fig.129).



Fig.129 - Regularidad de elementos.

Su opuesta es la irregularidad que no se sujeta a algún plan determinado y, por lo tanto, realiza lo inesperado y lo insólito (fig.130).

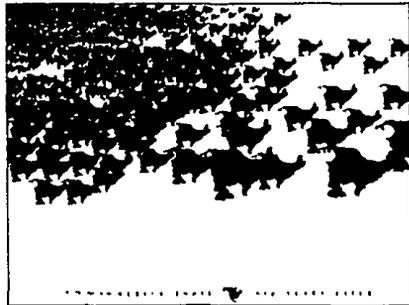


Fig.130 - Irregularidad de tamaños y acomodo.

Simplicidad vs. Complejidad

La simplicidad es la técnica visual que consiste en la forma elemental, simple, directa y sin complicación secundaria, generando así el reconocimiento y la fácil interpretación (fig.131).

La complejidad, su contraria, indica la presencia de numerosas unidades visuales y relaciones, haciendo más difícil la interpretación y el reconocimiento de lo que se quiere significar (fig.132).



Fig.131-Simplicidad

Unidad vs. Fragmentación

*"La unidad es un equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente."*⁵⁹ Estos elementos pueden ser numerosos, siempre y cuando se establezca entre ellos una relación (fig.133).

59 *Ibidem*, pp. 133.

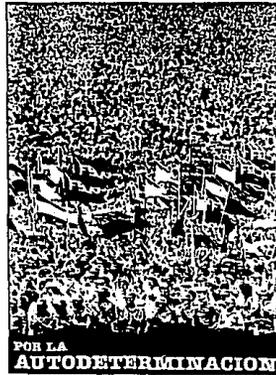


Fig.132-Complejidad

La formulación opuesta es la fragmentación, ésta implica la descomposición de los elementos en partes separadas, que si bien se relacionan entre sí, conservan su carácter individual (fig.134).

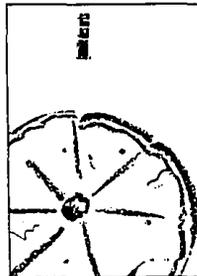


Fig.133-Unidad en la división de la naranja

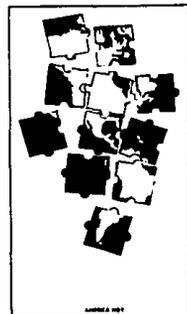


Fig.134 -Fragmentación representada por los rompecabezas.

Reticencia vs. Exageración.

En la técnica de la reticencia se trata de incluir elementos mínimos en la composición (fig.135). Este recurso puede realzar lo esencial de una figura con pocos trazos por lo que contrasta con su opuesta, la exageración, en donde la composición recurre a lo extravagante, a intensificar y ampliar la verdad (fig.136). Ambos recursos manipulan los detalles visuales para conseguir la atención del espectador.

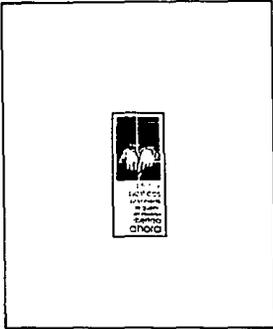


Fig.135-Reticencia

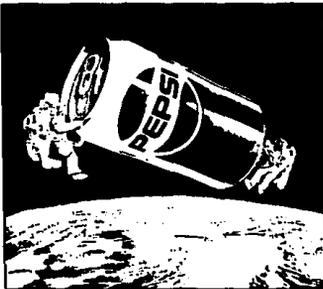


Fig.136- Exageración en la lata de PEPSI.

Actividad vs. Pasividad

La actividad como técnica visual provoca la sensación de movimiento por la inclusión de recursos dinámicos (fig.137), mientras que la pasividad crea el efecto de reposo, es decir, una tendencia a la representación estática (fig.138).



Fig.137-Actividad en elelemento central.



Fig.138-Pasividad

Neutralidad vs. Acento

La neutralidad es en ocasiones el marco menos llamativo para una propuesta visual pero puede ser la más acertada para vencer la resistencia o hasta la beligerancia del receptor (fig.139). "La atmósfera de neutralidad es perturbada en un punto por el acento, que consiste en realzar intensamente una sola cosa contra un fondo uniforme."⁶⁰ (fig.140)



Fig.139-Neutralidad de tonos

Fig.140-Acento realizado por la ruptura del papel.



Transparencia vs. Opacidad

"Las técnicas opuestas de la transparencia y la opacidad se definen físicamente una a otra: la primera implica un detalle visual a través del cual es posible ver, de modo que lo que está detrás, es percibido por el ojo (fig.141); la

segunda, es justamente lo contrario, el bloque y la ocultación de elementos visuales (fig.142)."⁶¹

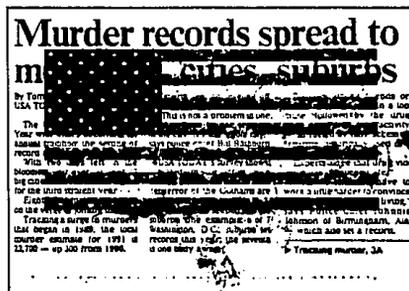


Fig.141-Transparencia



Fig.142-Opacidad mostrada en la máscara.

60 Ibidem, pp. 139.

61 Ibidem, pp. 140.

Naturalismo vs. Distorsión

El naturalismo, una corriente que tuvo su apogeo en el renacimiento, es la técnica que trata de captar la experiencia visual y natural de las cosas. Se recurre a diversos trucos y convenciones para reproducir con la mayor exactitud lo que vemos directamente en nuestra experiencia. Por ejemplo, el uso de la perspectiva, reforzada con la técnica del claroscuro, puede captarlo con la mayor verosimilitud, aunque sólo sean ilusiones ópticas (fig.143). En la distorsión se fuerza el realismo hasta deformar los contornos regulares o incluso la forma original, creando atractivas propuestas (fig.144).

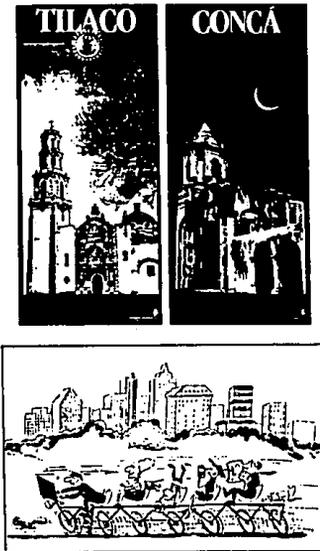


Fig.143 - Imagen superior: Realismo

Fig.144 - Imagen inferior: Distorsión

Plana vs. Profunda

Esta pareja de contrarios es gobernada principalmente por el uso o la ausencia de la perspectiva. En la primera, los elementos visuales carecen de efectos de luz y sombra, o bien aparecen sobre un fondo de color homogéneo por lo que no sugiere ninguna profundidad (fig.145), mientras en la segunda, se utilizan las leyes de la perspectiva o contraste, logrando sensaciones de profundidad (fig.146).

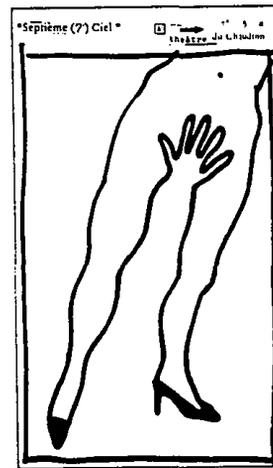


Fig.145 - Imagen superior: Plano

Fig.146 - Imagen inferior: Profundidad

Estas técnicas son sólo algunos de los numerosos recursos con que cuenta el diseñador o ilustrador. Casi toda técnica de comunicación tiene su opuesto, y cada una de ellas está ligada con los elementos visuales, que cuando unidos dan lugar a la estructuración del contenido, es decir, a la construcción del mensaje. *“Sería posible examinar, descubrir y utilizar compositivamente muchas más técnicas visuales, y siempre dentro de esta polaridad acción-reacción; angularidad, redondez; representación, abstracción; verticalidad, horizontalidad; colorismo, frialdad; convencionalidad, experimentación; fortaleza, debilidad; aislamiento, integración. Los polos opuestos ofrecen al compositor visual grandes oportunidades de agudizar el significado de la obra a la que se aplican mediante el recurso al contraste. Las técnicas visuales se superponen al significado y lo refuerzan en todos los esfuerzos compositivos; en conjunto suponen, tanto para el artista como para el que no lo es,*

*el medio más efectivo de hacer y comprender la comunicación visual expresiva, en la búsqueda de un lenguaje visual universal.”*⁶²

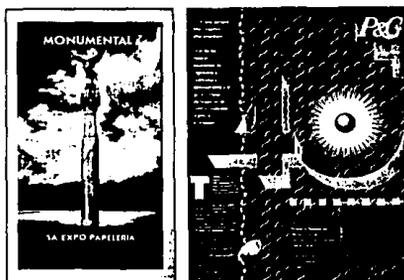


Fig.148-Representación vs. Abstracción



Fig.147-Angularidad vs. Redondez

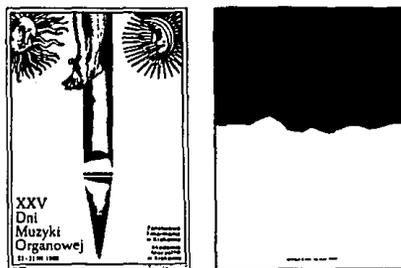


Fig.149-Verticalidad vs. Horizontalidad

3.4 Retórica de la Imagen

Nuestro lenguaje es un proceso conformado por sistemas para comunicar ideas a través de signos (sonidos, gestos visuales o marcas) con un significado común. Su dirección es la

62 *Ibidem*, pp. 147.

gramática y la retórica, las cuales son modelos primarios para otras formas de comunicación, incluyendo las artes plásticas, cine, video, diseño gráfico, etc. El arte de la retórica, creado por los griegos, se basaba en el estudio de principios y reglas para preparar y desarrollar discursos. "Según Aristóteles, la principal preocupación en la retórica es descubrir todos los significados posibles de persuasión para cualquier situación, ya sea para informar (recurso racional) para deleitar y vencer (recurso ético) o para conmover (recurso emocional) a una audiencia."⁶³ Los diseñadores no deben ignorar el vocabulario de la retórica simplemente porque se vale de términos poco conocidos, ya que ésta puede ser muy útil al incorporarlos con las técnicas de comunicación. El uso de la retórica en la imagen brinda siempre un mayor significado a ésta.

En seguida, analizaremos trece figuras de la retórica empleadas dentro de la imagen:

Símil

Es la comparación o el paralelo entre dos cosas distintas, por ejemplo, 'su corazón es tan duro como una piedra'. Un símil visual se puede observar en la invitación para una exhibición de esculturas de Alberto Giacometti. La tipografía alta y alargada está configurada y acomodada para parecer una de las esculturas del artista (fig.150).

63 Meggs, Phillip B., *Type & Image*, op. cit., pp. 31 (traducción elaborada por la autora).



Fig.160-Símil

Metáfora

También ésta indica comparación pero lo hace por sustitución, eliminando los nexos comparativos. "Está fundada en una relación de semejanza entre dos significados de las palabras que en ella participan, a pesar de que asocia términos que se refieren a aspectos de la realidad que habitualmente no se vinculan."⁶⁴ Un ejemplo sería 'sus cabellos de color dorado'.

64 Beristáin, Helena, *Diccionario de Retórica y Poesía*, Editorial Porrúa, México, 1988, pp. 308.

En la ilustración 'El Hombre y la Naturaleza' las hojas roídas se convierten en metáfora de unos pulmones destruidos por el vicio del cigarro (fig.151).

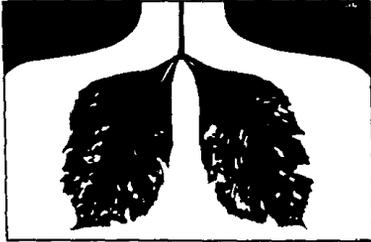


Fig.161 -Metáfora

Personificación

Es la representación de objetos inanimados o de abstracciones realizadas en base a imágenes humanas; Cupido significa amor.



Fig.152 -Personificación

Antropomorfismo

Este ocurre cuando a los objetos inanimados o animales se les atribuyen cualidades humanas, pensamiento, acción y habla; el conejo blanco del cuento 'Alicia en el País de las Maravillas' demuestra este concepto (fig.153).



Fig.163 -Antropomorfismo

Metonimia

Es la sustitución de un término por otro, siempre que estén relacionados. Por ejemplo, la bandera Alemana siendo cosida por dos individuos a la mitad es metonimia de la unificación de este país (fig.154).



Fig.154 -Metonimia

Sinécdoque

Es la relación que media entre el todo y sus partes. En el cartel titulado 'Galleria del Poster' los elementos de la cara y las manos pueden observarse individualmente o en su conjunto; este es un cuadro de arte en cuyo interior se halla una cara abstracta (fig.155).



Fig.155 - Sinécdoque

Alegoría

Es una representación simbólica en donde un elemento figurativo es utilizado como símbolo de una idea o concepto. La Estatua de la Libertad es una figura alegórica de la libertad (fig.156).



Fig.156 - Alegoría

Parodia

Es la imitación burlesca de una obra, un estilo, un género o un tema tratado antes con seriedad. En la ilustración de una pareja campesina se observa una imitación fiel a la obra 'Gótico Americano'(1930) del pintor norteamericano, Grant Wood, con la adición de algunos detalles burlescos como las cabezas en forma de fresa y brócoli, al igual que un tenedor gigante (fig.157).



Fig.157 - Imagen izq.: GOTTICO AMERICANO por Grant Wood; Imagen der.: Parodia de la misma.

Juego de Vocablos

Este sucede cuando un símbolo tiene dos o más significados o también cuando varios símbolos tienen similar o idénticas imágenes pero significados diversos. El juego de vocablos puede ser visual, verbal o una combinación de ambos. Por ejemplo, en el anuncio de bebida 'Yukon Jack' hay un juego de vocablos visuales y verbales entre el título 'El Llamado de lo Salvaje' y la imagen de un animal (fig.158).



Fig.158 - Juego de vocablos

Hipérbole

Es la exageración con el fin de enfatizar. En el cartel publicitario del repelente de insectos 'OFF!' se logra una hipérbole al exagerar el producto, con el fin de demostrar su efectividad (fig.159).



Fig.159- Hipérbole

Litote

Es lo opuesto de hipérbole y consiste en que, para afirmar algo, se disminuye o se niega aquello que se afirma, es decir, se dice menos para significar más. Por ejemplo, al decir 'no es un mal dibujante' en realidad se está diciendo

que es un buen dibujante. En una publicidad de VOLKSWAGEN se describe al auto con la palabra 'LIMON', que en inglés tiene una connotación muy negativa, implicando que tiene fallas de manufactura. El texto explica que no pasó la inspección por fallas insignificantes, por lo que no sería exportado hasta que se corrigieran. Entonces, esta palabra negativa da entrada para sobresalir el destacado control de calidad, inspección y atención a detalles de esta compañía.



Fig.160- Litote

Antítesis

Consiste en crear un fuerte contraste entre dos ideas diferentes para intensificar su disimilitud. Esta figura de pensamiento es empleada en un cartel para estudiantes de preparatoria, con el fin de advertir sobre los peligros de manejar en estado de ebriedad. Una última copa antes de partir -'Una para el

Camino'- contrasta dramáticamente con la fotografía de un joven sin una pierna, que perdió en un accidente de tránsito ocasionado por el consumo de alcohol (fig.161).

Ironía

Es un contraste premeditado, que consiste en presentar lo opuesto de lo que se esperaba. En la portada de una revista sobre la estrategia naval de los Estados Unidos de Norteamérica, se ilustran buques navales como tiros al blanco, implicando irónicamente que el poder naval no es muy efectivo en tiempos de guerra (fig.162).

3.5 Incorporación del Lenguaje Verbal

Tradicionalmente, la palabra era dominante y las imágenes eran utilizadas para ilustrar o interpretar un texto. El siglo XX, con su medio ambiente altamente informativo, ha cambiado esta regla. En una importante reversión histórica, el texto ahora está al servicio de la imagen.

Toda ilustración va acompañada por un texto, que orienta al lector en lo que debe interpretar de la imagen, en lo que debe leer de acuerdo con la intencionalidad del emisor. Constituye un mensaje parásito, destinado a comentar la imagen, ya sea uno o varios significados segundos. Entonces "la imagen ya no ilustra a la palabra; es la palabra la que se



Fig.101 - Antítesis

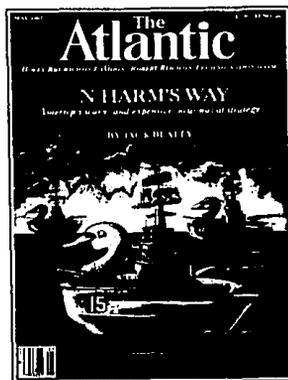


Fig.102 - Ironía

convierte, estructuralmente, en parásito de la imagen... la imagen no realza la palabra, sino que es la palabra la que aparece para subliminar, hacer más patética o racionalizar la imagen... la palabra no es sino una vibración secundaria, casi inconsecuente; antes, la imagen ilustraba el texto (lo hacía más claro); ahora el texto le

añade peso a la imagen, la grava con una cultura, una moral, una imaginación."⁶⁵

Una imagen habla directamente a los sentidos, lo que el perceptor recibe no es sólo una información sino una carga de emotividad. En la relación verbo-icónica el texto tiene un rol de aclaración, pero la imagen lo supera, lo desborda en su capacidad de representar, de apelar, de conmover porque éstas no sólo informan, también fascinan, excitan y atraen.

Por lo general, las relaciones que se establecen entre el lenguaje verbal y el visual son las siguientes:

Relación de Anclaje o Aclaración

Aquí la imagen tiene un significado ambiguo; inicialmente no es claro a la interpretación del receptor, sin embargo, el texto señala lo que debe leerse en ella, esto es, el sentido que tiene. En el cartel 'Artistas del Crimen'; el título le da significado a la imagen.

Relación de Redundancia

*"En ésta, en cambio, la imagen ofrece los elementos suficientes como para comprender su sentido según la intencionalidad del emisor. Sin embargo, el texto insiste en remarcar ese sentido. La redundancia se utiliza mucho en la publicidad. Este recurso es uno de los más triviales. Su uso generalizado responde al intento de forzar la interpretación unívoca por parte del perceptor."*⁶⁶ En el anuncio de Yoghurt

Alpura hay redundancia, ya que el texto nombra al producto y a la vez se muestran imágenes de éste con la marca claramente visible.

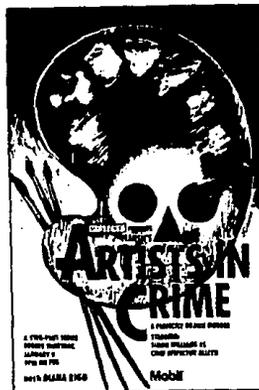


Fig.183- Anclaje

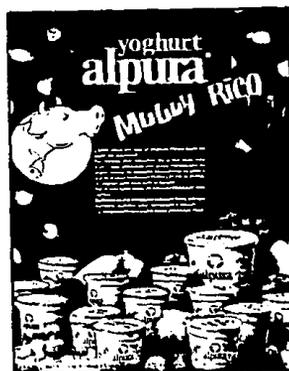


Fig.184 - Redundancia

65 Barthes, Roland, *Lo Obvio y lo Obtuso Imágenes, Gestos, Voces*, Paidós, Madrid, 1986, pp. 21-22.

66 Prieto, Daniel C., *op. cit.*, pp. 156.

Relación de Inferencia

"Esta constituye el modo más sutil de contacto entre la imagen y el texto... no dirige ni impone la interpretación. Simplemente presenta algunos datos para que el lector saque sus conclusiones a partir de la observación de la imagen. Es decir, el sentido final está en la imagen, la clave habrá que encontrarla en algún detalle."⁶⁸ Esto es muy usual en la buena caricatura pero difícilmente aparece en la publicidad (fig.165).



Fig.165-Inferencia

Relación de Contradicción

"Se produce cuando el mensaje está mal hecho. Hay mensajes en los que la relación verbal-visual aparece como algo forzado. El texto dice una cosa y la imagen otra, por lo que se necesita un esfuerzo adicional de interpretación, que a menudo lleva al rechazo."⁶⁹ Por ejemplo, en la fig.166 el texto afirma que 'Juan mira intensamente la escena' y sucede que a Juan no se le ven los ojos debido a la composición del dibujo. Detalles como éste provocan el fracaso de los mensajes.



Fig.166-Contradicción

68 *Ibidem*, pp. 157.

69 *Ibidem*, pp. 158.



Capítulo 4

.....

La Propuesta: Las Abuelas de la Invención

.....

4. La Propuesta: Las Abuelas de la Invención

El proceso creativo, ya sea en la música, la literatura, el arte o el diseño, es un combate con lo desconocido, una búsqueda constante para encontrar la perfecta solución a un nuevo problema. No hay una teoría infalible o guías exactas para el acto creativo. Sin embargo, las metodologías del pasado se convierten en modelos de imitación o apoyo para que el diseñador ilustrador encuentre vías para efectuar innovaciones en su periodo cultural.

Cada artista gráfico tiene su propio método para resolver eficazmente su problema. Para algunos es intuitivo o al azar, mientras que para otros es altamente estructurado y técnico. El autor Philip Meggs propone un método simple en comparación con otros autores, éste atraviesa por cinco etapas fundamentales que guían el proceso de la resolución del mencionado problema gráfico. Estos pasos pueden ocurrir simultáneamente o en un determinado periodo de tiempo.

Los primeros tres pasos: definición del problema, recolección de información y exploración de

ideas involucran abrir e investigar el problema, mientras que los últimos dos: búsqueda de soluciones e implementación, se refieren al cierre de éste (fig.167). Es necesario añadir que anterior a todo, el ilustrador-diseñador debe tener conocimientos previos acerca de los signos, símbolos, uso del color, manejo de técnicas, experiencia, etc.

A base de estos pasos se resolverá un problema práctico y real en donde se requerirá encontrar una imagen gráfica original y altamente significativa. Los capítulos anteriores nos servirán como referencia para la justificación y análisis de todos los elementos dentro de la propuesta. Se mostrará cómo la organización de estos elementos es simbólica del proceso del diseño gráfico, ya que se combinarán signos, símbolos y texto en una composición visual y verbal que el espectador podrá entender. El diseñador gráfico-ilustrador es simultáneamente un creador de mensajes y un constructor de

formas en donde los elementos de su composición adquieren orden y claridad.

METODOLOGIA



Fig.167 - Metodología para el Diseño Gráfico según Philip Meggs.

4.1 Metodología

Definición del Problema

Diseño y elaboración de la imagen para una campaña que pretendía promover los trabajos de los pasantes de Diseño Gráfico de la generación vespertina 1989-1992 de la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Dicha campaña se lograría mediante una exposición con apoyo de carteles y otros promocionales. Así, el siguiente objetivo era crear una imagen que lo representara y al mismo tiempo demostrara a interesados y profesionales la calidad de diseño que se desarrolla en la ENAP.



Fig.168 - El grupo 8820, organizadores del evento

Recolección de Información

Antes de iniciar cualquier etapa práctica, se necesitó investigar y establecer los datos para unificar criterios y así tener un punto de partida. Se revisaron en libros y revistas de Diseño Gráfico imágenes hechas específicamente para promover exposiciones. Empero, se estudiaron, con mayor profundidad, aquellas imágenes que ya se habían realizado en la ENAP, observando sus ventajas y tratando de evitar sus errores.

En esta fase también se determinaron cuáles serían los medios promocionales que llevarían la imagen de la muestra. De esta forma, se concluyó que el principal medio de promoción sería el cartel. Para este efecto, la imprenta de la ENAP proporcionó la impresión en offset y el papel couché al igual que las cuatro tintas necesarias, lo que abrió el panorama creativo del diseñador. En cuanto a los volantes, se utilizarían copias fotostáticas y para el estampado de playeras, sudaderas y mantas, los mismos integrantes del equipo lo imprimirían en serigrafía.



Fig.169 - La exposición se llevó a cabo en la ENAP.

Además, como un elemento fundamental para el éxito de la campaña, se analizaron los medios de difusión y distribución de dichos promocionales. Se concretó que el lugar principal sería la propia ENAP, donde las mantas y los carteles se colocarían en las entradas principales y lugares de mucho tránsito de personas. Para atraer a un público diferente, ya fuera de preparatorias u otras universidades, también se colocarían carteles en papelerías

de prestigio y se promocionaría la campaña por medio de la Radio UNAM y el Periódico Universitario.



Fig.170 - Se promocionó el evento a través de papelerías como LUMEN y CASA BERENSTEIN.

Exploración de Ideas

Este fue el punto más crítico, ya que se requirió abrir el problema para encontrar todas las posibles soluciones y determinar la más efectiva. Una vez definido el tipo de exposición, esto es, mostrar las diferentes etapas de la formación profesional del diseñador gráfico, se llevó a cabo la selección del nombre del evento. A base de innumerables propuestas se logró definir como 'Las Abuelas de la Invención'. Este nombre fue elegido por su originalidad y paradojismo, puesto que dentro de la carrera los autores de este proyecto estaban a punto de concluir sus estudios, es decir, ya eran abuelos estudiantes pero dentro de la vida profesional eran metafóricamente hablando, apenas infantes. Con esta base se inició la tormenta de ideas para la imagen y el logotipo plasmados en bo-

cetos hechos a lápiz. En dicha fase el diseñador aporta su entera capacidad creadora, de esta forma al bocetar era importante tener en mente su factibilidad de reproducción y el uso limitado de tintas. Una vez definidos los mejores bocetos, se les aplicó color con la técnica que mejor se acomodó el ilustrador, en este caso predominó el plumón por sus resultados rápidos.

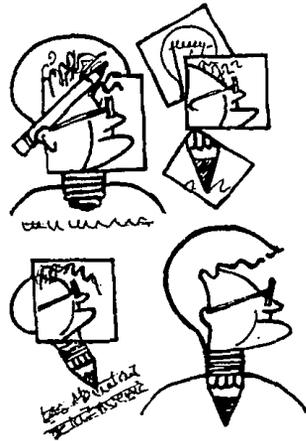


Fig.171 - Etapa de bocetaje

Búsqueda de Solución

En esta etapa el mejor boceto se afinó y se realizó en un dummy para cartel. Mediante un proceso de selección, a base de votación, se escogieron los tres dummies que reúnan los requisitos y transmitan mejor la idea. Estas tres soluciones se juzgaron para determinar cuál de los tres cumpliría mejor con los objetivos planteados inicialmente.

En el primer dummy se mostró una mandíbula de la cual pendía una muela, implicando vejez. Esta idea refleja que existe una pérdida de algo, que en sí indica una mutación y lo que se pretendía transmitir era la creación o invención de ideas de diseño. Sin embargo, el acomodo tipográfico del nombre de la exposición fue compositivamente muy atractivo, lo que le daba un gran punto a su favor (fig.172).

En el segundo dummy se utilizó un vestido antiguo, visto por atrás, sin la cabeza de la abuela y en lugar de ella un signo de exclamación, lo que captura la atención, creando curiosidad sobre la identidad de la abuela. Empero, no se abarcó el punto de invención y lo que era más importante, no se reflejó el diseño gráfico. La ventaja de este dummy era que únicamente requería de dos tintas y su acomodo de información era atractivo (fig.173).

En el tercer dummy la imagen sintetizaba muy bien el nombre de la exposición, logrando transmitir la esencia del diseño. Sin embargo, el acomodo del texto no era el adecuado, ya que en realidad era poco interesante comparado con los dos anteriores (fig.174).

Finalmente, se eligió la imagen del tercer dummy, sin embargo, la tipografía le restaba importancia a la imagen, motivo por el cual se acordó incorporar el logotipo del nombre de la

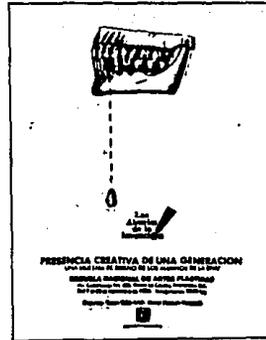
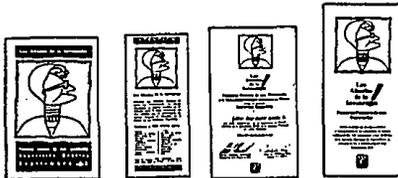
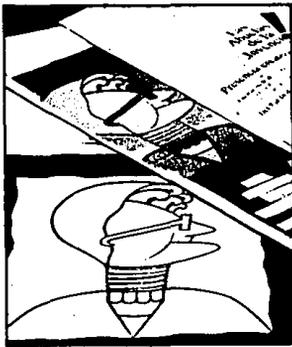


Fig.172 - Imagen superior: Primer dummy

Fig.173 - Imagen central: Segundo dummy

Fig.174 - Imagen inferior: Tercer dummy

exposición del primer cartel y el arreglo de los datos generales del segundo. Así se logró una composición más armónica y limpia (fig.175).



Implementación

Esta etapa se refirió a la realización, aplicación y ejecución de los puntos indicados en la fase de recolección de información. La imagen se aplicó en diferentes soportes, tales como carteles, volantes, mantas y anuncios en el periódico realizándose dentro de los cuatro meses anteriores a la exposición para difundir el evento. También se desarrolló como táctica de difusión, promoción y financiamiento, la venta de playeras, sudaderas y fistles durante la semana de la exposición.

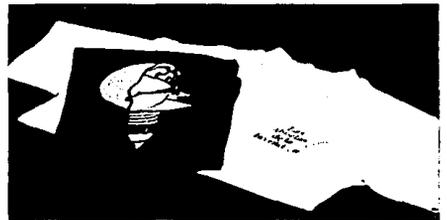
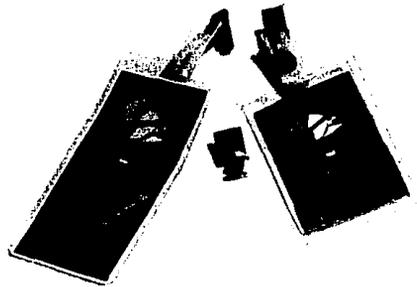


Fig.175- Imagen superior izq.: Cartel definitivo

Fig.176- Imagen central izq.: Original mecánico del cartel

Fig.177- Imagen inferior izq.: Volantes, diploma e invitación

Fig.178- Imagen superior der.: Gafetes y fistle

Fig.179- Imagen inferior der.: Playeras

4.2 Análisis Semiótico

Entre la estructura triádica del signo de Peirce y la metodología de Meggs encontramos similitudes. Por ejemplo, en la definición y recolección del problema se observan características similares a la primera tricotomía: cualisigno, sinsigno y legisigno, en donde ambos se refieren a la lluvia de ideas. Mientras que la exploración de ideas y la búsqueda de solución se liga a la segunda tricotomía: icono, índice y símbolo, los cuales explican la elaboración de la propuesta gráfica. Finalmente, la fase de implementación se relaciona con la tercera tricotomía: rema, discisigno y argumento. Aquí la solución gráfica es aceptada por el receptor por lo que ya se puede manejar en diferentes soportes. Para el análisis de la imagen de 'Las Abuelas de la Invención' se utilizará la estructura triádica de Peirce, ya que sus divisiones ofrecen un estudio más detallado y profundo de los elementos dentro de la imagen.

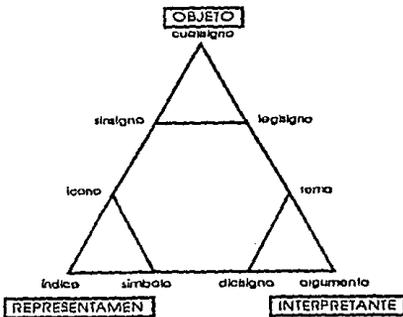


Fig. 180 - La estructura triádica de los signos de Peirce.

La imagen ilustrativa de 'La Abuela' y su logotipo son signos que al materializarse en cualquier soporte gráfico se convierten en objetos. El representamen, la unión entre el signo y el objeto, serían en este caso la ilustración y las palabras, porque solamente a través de ellas nosotros podemos verlas y apreciarlas. El interpretante o receptor al leer estos elementos crea en su mente un concepto acerca de ellos. En el caso de la propuesta el concepto sería una exposición de Diseño Gráfico llamada 'Las Abuelas de la Invención'.

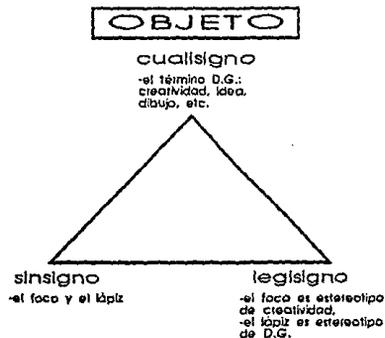


Fig. 181 - Ejemplo de la primera tricotomía aplicada a la propuesta de 'Las Abuelas de la Invención'

La primera tricotomía permite analizar los elementos que podrían componer al objeto antes de plasmarlos sobre papel. Una vez definido el tipo de exposición, en este caso de Diseño Gráfico, se estudió este término para poderlo incorporar a la imagen ilustrativa. Entonces, por medio de los cualisignos se

definieron las cualidades de esta disciplina, por ejemplo, creatividad, idea, dibujo, etc. De aquí se continuó con los sinsignos, las singularidades dentro de estas cualidades, llegando a indentificar que la creatividad y la idea pueden ser representadas por un foco y el dibujo por un lápiz. Así, el foco y lápiz pueden convertirse en estereotipos o legisignos.

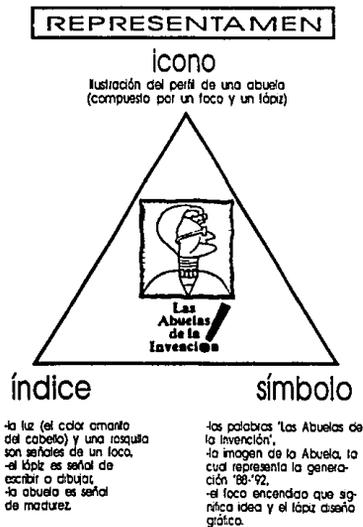


Fig.182 - Ejemplo de la segunda tricotomía

La segunda tricotomía se refiere a los elementos visuales que se emplean para que el signo se convierta en objeto y el ser humano las pueda leer e identificar. En esta relación triádica el icono es la imagen del perfil de una abuela estilizada con tendencia caricaturesca, ya que se exageran los rasgos físicos y típicos

de una mujer de edad. Es necesario indicar que la abuela está formada por elementos o partes que se pueden separar, característica que la liga con la comunicación de tipo gestalt. El cabello y la cara de la abuela forman parte de un foco. Para reforzar esta idea, se manejó la rosquilla del foco con el fin de evitar alguna ambigüedad, esta rosquilla representa también el cuello del vestido. En su parte inferior se plasmó un lápiz, formando parte de su vestido y pecho. A los lados del lápiz se encuentran sus hombros. Alrededor del perfil de la abuela se utilizó un degradado azul para dar la impresión del cielo. A los bordes, los cuales son irregulares, se emplearon líneas delgadas en su contorno para dar el efecto de estar cosido al fondo del formato.

En esta imagen los índices, signos relacionados directamente con el objeto, son señales, pues fueron creadas intencionalmente. Así, en esta composición el lápiz es señal de la acción de pintar o escribir, la abuela es señal de madurez; mientras que la luz representada por los tonos amarillos, al igual que la rosca, son señales de un foco.

La importancia de esta propuesta radica en la riqueza del simbolismo de la imagen que parte del nombre de la exposición. Como se ha dicho anteriormente, según Peirce, las palabras son símbolos, por lo que el nombre de la exposición es un símbolo. La imagen de la abuela representa a la generación que se gradúa de

esta licenciatura. Al observar separadamente los elementos que conforman la imagen, encontramos que el foco y el lápiz son símbolos. El foco encendido representa la idea o creatividad que nos lleva a inventar algo diferente. El empleo del lápiz hoy en día se liga al dibujo o al diseño. Por el sentido específico de estos dos elementos y su uso generalizado (que lo ha hecho una moda), se puede destacar que han llegado a convertirse en metasímbolos, es decir, símbolos universales.

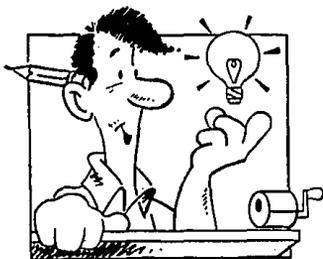


Fig.183 - La representación del lápiz y el foco son metasímbolos.

La tercera tricotomía establece la relación del signo/objeto con el interpretante o usuario. A partir del representamen (significante) el receptor forma en su mente un concepto para dicho signo/objeto. Hay signos como el rema que le ayudan a identificar al objeto en cualquier contexto, por ejemplo, el logotipo de 'Las Abuelas' es un rema porque identifica a la exposición. Tal como el escudo de la UNAM dentro de la información secundaria es un rema del cartel, pues éste no solo representa al

evento sino a toda la estructura de educación pública superior. El dicisigno es el signo real en conjunción con el rema, por lo que la ilustración y el logotipo son dicisignos. Por último, la solución plástica se convierte en argumento o signo ley cuando se implementa sobre cualquier soporte gráfico como carteles, volantes, papelería, gafetes, fistles, playeras o sudaderas. No hay que olvidar que siempre deberá guardar la esencia de la idea general que se quiera transmitir.

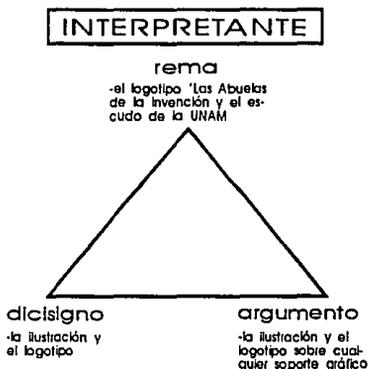


Fig.184 -Ejemplo de la tercera tricotomía

La teoría de Ferdinand de Saussure se puede aplicar al nombre de la exposición y su concepción mental. Esto es, divide al signo en dos categorías: significante y significado. El primero se refiere a lo palpable, lo que vemos, en este caso serían las palabras sobre el papel, 'Las Abuelas de la Invención'. El segundo surge con la ayuda de la imagen que llega a

reemplazar al texto, convirtiéndolo en el símbolo o en el concepto mental referente al texto.

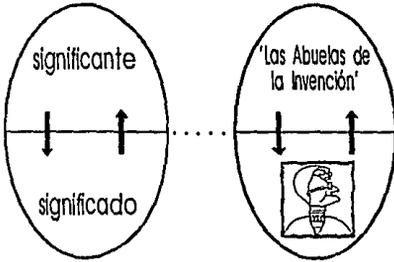


Fig.185 - Las categorías del signo de Saussure

4.2 Enfoque General

Tal como se había mencionado en el tercer capítulo respecto a la clasificación de las técnicas de comunicación del autor A. Dondis, esta imagen reúne varias de ellas.

En un formato rectangular, dividido ilusoriamente en dos partes irregulares, se colocó en la parte superior una caja rectangular en donde se ubicó la imagen de la abuela y en la parte inferior, el logotipo y la información básica acerca de la exposición. Esta regla de acomodo de la imagen y texto se respetaría en cualquier soporte gráfico.

Esta ilustración es equilibrada, pues la tensión radica verticalmente en el centro, convirtiéndola en una composición poco inquietante. La unidad de los elementos dentro

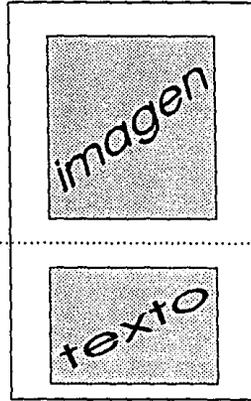


Fig. 186 - Diagramación del cartel, invitación y diploma.

de la imagen añade otro equilibrio que es perceptible visualmente.

Existe contraste dentro del cartel provocado por el color negro del fondo y el de la imagen de colores vivos, así como el texto en blanco y amarillo. Esto logra un mayor impacto visual, que se puede apreciar al observarlo a varios metros de distancia.

La imagen de 'La Abuela' aparenta ser sencilla, sin embargo, resulta compleja debido a la distorsión de la realidad en donde sus partes se relacionan con el todo. Es un dibujo plano, puesto que las plastas de color no demuestran volumen y en donde la dimensión de sus elementos como el foco y el lápiz retoman proporciones humanas de manera estática.

Como ya se mencionó con anterioridad, los colores son plastas, que unidos al trazo del dibujo, logran transmitir una apariencia del diseño gráfico sin necesidad de leerlo. Se manejaron cuatro tintas pantone, negro, amarillo, azul y naranja 021 que através de pantallas se crearon el amarillo 60%, negro 20% y un verde compuesto por el amarillo de 100% y el azul de un 100%, sin tener que recurrir a la costosa selección de color. Se utilizó una abuela blanca y rubia para indicar que el foco se encontraba encendido. El azul del fondo, que es el único degradado, y el verde de los hombros se empleó para resaltar los tonos claros de la cabeza, cuello y pecho.

Encontramos tres tipos de retórica dentro de esta imagen, la primera sería la personificación, en donde la imagen humana representa a objetos inanimados o abstracciones que en el caso presente sería la abuela (foco-lápiz), la que significa creación-idea en el campo del Diseño Gráfico. Es un sinécdoque debido a que hay una relación entre sus partes

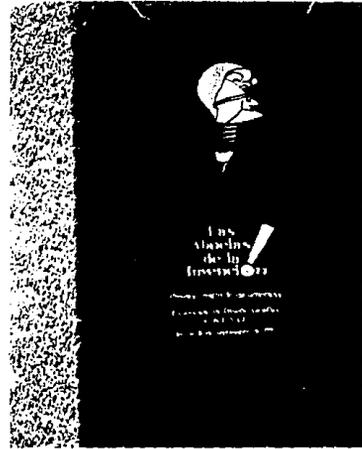


Fig.187 - En esta manta encontramos varias técnicas de comunicación.

y el todo, dependiendo una de otra. Asimismo, se muestra un juego de vocablos entre el nombre de la exposición y la imagen, puesto que los dos se complementan y se explican.

Finalmente, la relación entre el texto y la imagen es de anclaje, ya que el texto señala lo que deberá leerse en la imagen.



C

conclusión

Bibliografía

Fuentes de las
Ilustraciones

Conclusión

Toda ilustración está compuesta por signos, símbolos, palabras e imágenes que se combinan unos con otros para transmitir un mensaje total. Estos elementos gráficos, signos comunicativos y formas visuales, aportan un potencial infinito de combinaciones para inventar y plasmar conceptos y composiciones diferentes e incluso novedosos sobre el papel. Aun cuando la intuición y la creatividad son factores determinantes para el desarrollo de esta profesión, el ilustrador deberá estudiar cada una de las partes teóricas, puesto que le servirán de base, además de ampliar sus conocimientos generales.

Al incorporar la semiótica dentro de esta investigación surge una pregunta fundamental: ¿puede la semiótica ayudar o servir realmente al diseñador gráfico? Recordemos que la semiótica es un elemento abstracto cuyas bases están dadas subjetivamente; de esta forma, el diseñador puede hacer uso de ella aun sin saber que realmente la está empleando. Esto, considerando que la imagen creada es el resultado de un proceso mental, en el cual se va desarrollando una idea hasta convertirse en un signo visual. La semiótica es un auxiliar indispensable para superar cualquier situación gráfica, ya que tiene la facultad de hacer que un problema general se estructure en partes, permitiendo un mejor entendimiento y solución del sujeto. Empero, este proceso no se llevará necesariamente al papel, sino se

realizará dentro de la mente del diseñador al momento de crear su diseño y en el de su justificación. Para la realización de una ilustración es útil conocer la teoría de Peirce, es decir icono-índice-símbolo, ya que se presta a la interpretación de las imágenes, mientras que el conocimiento de la teoría saussuriana se presta para los subtítulos que acompañan la ilustración, puesto que la semiología fue desarrollada para la aplicación del lenguaje escrito.

Una vez comprendida la importancia de la semiótica, el diseñador gráfico deberá enfrentarse a la habilidad del espectador para decodificar y entender los signos en su creación, lo que a la vez, viene a ser una limitación que gobierna la forma y contenido de esta disciplina. Esto explica la razón por la cual no surgen nuevas formas dentro del diseño con mayor frecuencia; el diseño es en muchos sentidos parecido al lenguaje vernáculo. El diseñador, para comunicar efectivamente, tiene que tomar en consideración que su público tiene un entendimiento a priori del lenguaje que va a emplear y un cierto nivel de educación visual. Sin embargo, esto no se puede generalizar a toda la población, ya que dentro de una cultura con signos y experiencias compartidas, cada individuo tiene una realidad propia, moldeada por experiencias singulares, nivel educativo, estatus económico, religión o grupo social al que pertenece. Es así como todos forman tribus

dentro de una cultura; distintas tribus responden a diferentes aplicaciones o estilos gráficos, llegando a ser un medio para su identificación dentro de la sociedad.

Entonces, si el diseñador conoce la semiótica de Peirce y la semiología de Saussure, podrá utilizarlo como una herramienta adicional para el desarrollo de su profesión. Además, el conocimiento del origen histórico del signo es un elemento de beneficio cultural.

La esencia de la ilustración es su imagen, no obstante, es imposible encontrar cursos de gramática sobre la imagen, de construcción de enunciados icónicos, de lecturas comparadas a textos sobre el lenguaje hablado o escrito. Desde pequeños nos han enseñado las reglas del lenguaje escrito pero, en cambio, desde los primeros años de vida, el ser humano queda a merced de las imágenes sin ningún tipo de armas para defenderse de ellas, o al menos para leerlas correctamente. *"Hay un lenguaje de la imagen que la escuela desconoce, es decir, que los maestros desconocen; lenguaje que tiene tantas posibilidades como la lengua materna."*⁶⁷

Nuestra percepción es definitivamente selectiva, no es posible percibir algo si no es a través de una selección de los estímulos que ofrece la realidad. No hay manera de observar si no es discriminando, eligiendo un primer

plano y dejando atrás el resto en un segundo plano. Esta selección se hace posible mediante los sentidos. *"La imagen que proporcionan los sentidos no es jamás una copia, es, por el contrario, una elaboración del campo estímulico, es una interpretación de lo que se nos aparece."*⁶⁸

Las imágenes de un diseñador o ilustrador pretenden decir algo a través de ellas, su labor responde a una determinada intencionalidad. La imagen que se utiliza en el exterior es un mensaje que alguien dirige a alguien por lo que es importante transmitirlo correctamente mediante las técnicas visuales. Es necesario recordar que cada individuo tiene una realidad diferente por lo que no todos perciben igual. Un ejemplo común es el de las diferentes versiones que dan los testigos de un mismo acontecimiento, cada uno ha visto algo distinto. Entonces, el ilustrador debe de tener esto en consideración al realizar una imagen, si no podría fracasar su creación. Pero ¿cómo puede realizar el ilustrador una imagen universal o por lo menos para un grupo social específico? Esto es difícil de contestar. Como se dijo anteriormente, el ilustrador no va a encontrar un manual o texto específico que le solucione el problema. Lo único que puede hacer es ejercitar su percepción, aprender a observar correctamente imágenes, objetos o situaciones reales. Al igual que conocer el abecedario del

67 Prieto, Daniel C., *Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa*, Premia Editora, México, 1989, pp.143.

68 *Ibidem*, pp. 147.

.....

lenguaje de la imagen, comenzando con el punto, la línea y luego la forma. Existen leyes en los mensajes de publicidad que son necesarios aprender, así como sus alcances y formas de uso, ya que no es lo mismo enfrentar una imagen conociéndolas que ignorándolas. El lenguaje de la imagen no se aprende de un día a otro ni tampoco a saltos. A veces el ilustrador lo conoce intuitivamente, no obstante, a través de la práctica y cometiendo errores se puede llegar a crear imágenes de alto alcance.

Tomemos ahora como ejemplo la propuesta 'Las Abuelas de la Invención', cuya imagen tuvo un fuerte impacto y una función trascendental dentro de la campaña. Esto, debido a que se logró una imagen que iba dirigida a un grupo social específico, en donde los elementos comunes de la disciplina se encontraban integrados dentro de su composición. Para mencionar algunos tenemos: creatividad, idea y diseño gráfico. Esta misma imagen cumplió el objetivo de mostrar al público en general la calidad de diseño que se realiza en la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Asimismo, se generó un efecto o punto de partida, ya que en los carteles anteriores de la ENAP predominaba la falta de color, por lo que se perdían en el caos visual del medio ambiente, resultando de poco interés para el espectador. Y es precisamente en este cartel que se demuestra el rol determinante que juega el color, ya que fue este mismo, él que le dio mayor realce y

efectividad a la propuesta. Así, la unión de todos sus elementos fue lo apropiado para representar con éxito a la campaña, por lo que la propuesta de la imagen puede decirse que es de alto alcance.

Sin duda, esta ilustración se convirtió en la identidad de la campaña, ¿pero puede cualquier ilustración llegar a convertirse en identidad profesional, institucional o corporativa? Esto dependerá del manejo y sintetización de sus elementos y técnicas, lo que provocará en su medida, que el mensaje se grave en la memoria del espectador.

La última interrogante sería: ¿puede una ilustración llegar a ser una obra de arte? La función del ilustrador es crear una imagen, esto le permite expresar un estilo propio y forma de observar al mundo, rasgo que lo distinguirá de cualquier otro individuo que trabaje en el medio, pero que lo liga a las habilidades y características de un artista. Debemos hacer hincapié en que ninguna ilustración nace como obra de arte, sino que en un momento determinado, es creado por encargo para comunicar. Empero, siempre existe la posibilidad de que se convierta en alguna. En toda ilustración, ya sea de tipo decorativa o científica, su creador deja una huella, es decir, plasma su carácter o modo propio, reflejando a la vez el momento histórico en que vive. Con el paso del tiempo puede ocurrir que gane fama, sea reconocido dentro

.....

de la comunidad artística y entonces sus imágenes se cotizan a un precio elevado, adquiriendo así el grado de una obra de arte. Existe un gran número de artistas-ilustradores que comprueban esta idea, entre los que se encuentran, el mexicano José Guadalupe Posada, los franceses Henri de Toulouse Lautrec y Honoré Daumier, los estadounidenses Norman Rockwell y Andy Warhol, el austriaco Gustav Klimt o el checo Alphonse Mucha, cuyas composiciones, en un principio, tuvieron un fin comunicativo o decorativo pero que hoy en día forman parte de la historia del arte.

Bibliografía

- Bally, Ch., et. al., Course in General Linguistics Ferdinand de Saussure, McGraw Hill Book Company, New York, 1966, pp. 1-240.
- Barthes, Roland, Elementos de la Semiología, Alberto Corazón Editor, Madrid, 1971, pp. 7-102.
- Barthes, Roland, Lo Obvio y lo Obtuso Imágenes, Gestos, Voces, Paidós, Barcelona, 1986, pp. 11-380.
- Beristáin, Helena, Diccionario de Retórica y Poética, Editorial Porrúa, México, 1988, pp. 15-525.
- Braham, Bert, Manual del Diseñador Gráfico, Ed. Celeste, Madrid, 1991, pp. 6-190.
- Bridgewater, Peter, et. al., Design Graphics, Ilustración, Airbrushing, New Burlington Books, London, 1988, pp. 10-336.
- Cerdá Massó, Ramón, Lingüística Hoy, Editorial Teide, Barcelona, 1975, pp. 5-158.
- Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, Técnicas y Materiales, Hermann Blume Ed., Madrid, 1981, pp. 6-222.
- Diccionario Enciclopédico Bruguera, Ed. Bruguera, México, 1979, pp. 641-768.
- Dorfles, Gillo, El Devenir de las Artes, Fondo de Cultura Económica, México, 1963, pp. 7-367.
- Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, Colección Comunicación Visual, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1984, pp. 9-210.
- Ducrot. O., et. al., Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje, Siglo Veintiuno Editores, Argentina, 1974, pp. 9-421.
- Eco, Umberto, Tratado de Semiótica General, Ed. Nuevo, México, 1978, pp. 9-511.
- Fioravanti, Giorgio, Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y su Cliente, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1988, pp. 7-207.
- Fiske, John, Introducción al Estudio de la Comunicación, Ed. Norma, Colombia, 1984, pp. 1-141.
- Gombrich, E.H., La Imagen y el Ojo, Alianza Forma, Madrid, 1991, pp. 13-302.
- Guiraud, Pierre, La Semiología, Siglo Veintiuno Editores, México, 1979, pp. 7-133.

Hartmann, R.R.K., et. al., Dictionary of Language and Linguistics, A Halsted Press Book, John Wiley Sons, New York, 1972, pp. 1-259.

Huyghe, René, Diálogo con el Arte, Editorial Labor, Barcelona, 1965, pp. 5-447.

Jennings, Simon, The New Guide to Professional Illustration and Design, Headline Book Publishing, London, 1987, pp.12-176.

Kandinsky, W., De lo Espiritual en el Arte, Ed. Barral, Barcelona, 1973, pp. 5-350.

Lingüística y Significación, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat Editores, Barcelona, 1975, pp. 7-142

MacCannell, Dean, et. al., La Era del Signo, Interpretación Semiótica de la Cultura Moderna, Ed. Trillas, México, 1990, pp. 5-225.

Meggs, Philip B., Historia del Diseño, Ed. Trillas, México, 1991, pp. 7-562.

Meggs, Philip B., Type and Image, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989, pp. 1-200.

Morris, Ch., Fundamentos de la Teoría de los Signos, Paidós, Barcelona, 1985, pp. 1-112.

Morris, Ch., La Significación y lo Significativo, Comunicación Serie B, Madrid, 1964, pp.9-146.

Murray, Ray, Manual de Técnicas, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, pp. 8-199.

Parramón, José Ma., Así se Pinta un Cartel, Colección Aprender Haciendo Grafismos, Instituto Parramón Ed., Barcelona, 1972, pp. 10-128.

Peirce, Ch. S., La Ciencia de la Semiótica, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1974, pp.7-115.

Pipes, Alan, Drawing for 3-Dimensional Design, Thames and Hubson, London, 1990, pp. 6-176

Prieto, Daniel C., Retórica y Manipulación Masiva, Premia Editoria, México, 1985, pp.9-131.

Prieto, Daniel C., Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa, Premia Editora de Libros, México, 1989, pp. 9-181.

Prieto, Daniel C., Elementos para el Análisis de Mensajes, ICLE, México, 1988, pp. 9-186.

.....

Rossi-Landi, F., Semiótica y Estética, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1976, pp. 7-156.

Stumpf, E. S., De Sócrates a Sartre Historia de la Filosofía, "El Ateneo" Editorial, Buenos Aires, 1980, pp. 3-392.

Teoría de la Imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat Editores, Barcelona, 1973, pp. 7-143.

Ubia, Josep, et. al., Curso de Diseño Gráfico, Vol. 1, IDEP, Madrid, 1984, pp.11-128.

Walton, Roger, et. al., Haga Usted su Diseño Gráfico, Hermann Blume Ediciones, Madrid, 1988, pp. 6-156.

Wong, Wucius, Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981, pp. 8-204.

Zavaia, V.S., et. al., Imagen y Lenguajes, Ed. Fontanela, Barcelona, 1981, pp. 5-345.

Fuentes de las Ilustraciones

- Fig.1 Fioravanti, Giorgio, *Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente*, pp. 37.
- Fig.2 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 53.
- Fig.3 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 53.
- Fig.4 *La Filosofía Hoy*, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat Ed., Barcelona, 1975, pp. 75.
- Fig.5 Fioravanti, Giorgio, *Diseño Y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y su Cliente*, pp. 13.
- Fig.6 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.7 *Revolución en la Lingüística*, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Salvat Ed., Barcelona, 1973, pp. 38.
- Fig.8 *Revolución en la Lingüística*, pp.131
- Fig.9 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.10 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.11 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.12 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.13 *Vanidades de México*, Nº 3, México, Año 33, contraportada.
- Fig.14 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.15 Meggs, Philip, *Type & Image*, pp. 8.
- Fig.16 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.17 Fotografía en B/N de Guillermo González, 1989.
- Fig.18 *Graphis Design 93*, Graphis Press Corp., Switzerland, 1993, pp.126.
- Fig.19 *Graphis Design 93*, pp. 216.
- Fig.20 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.21 *American Showcase 1 of 2*, American Showcase, Inc., New York, 1991, pp. 432.
- Fig.22 *American Showcase 1 of 2*, pp. 513.
- Fig.23 *American Showcase 1 of 2*, pp. 721.
- Fig.24 Mazour, Anatole G., et al., *People and Nations. A World History*, Harcourt Brace Jovanovich, Publishers, New York, 1983, pp. 676.
- Fig.25 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 30.
- Fig.26 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 55
- Fig.27 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 71.
- Fig.28 Dalley, Terence, *Guía Completa de Ilustración y Diseño*, pp. 10.
- Fig.29 Hayes, Colin, *Guía Completa de Pintura y Dibujo. Técnicas y Materiales*, Hermann Blume Ediciones, Madrid, 1992, pp. 13.
- Fig.30 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 115.
- Fig.31 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 89.
- Fig.32 Meggs, Philip B., *Historia del Diseño Gráfico*, pp. 89.
- Fig.33 Fioravanti, Giorgio, *Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente*, pp. 20.
- Fig.34 Fioravanti, Giorgio, *Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente*, pp. 21.
- Fig.35 Fioravanti, Giorgio, *Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente*, pp. 22.

- Fig.36 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 139.
- Fig.37 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 171.
- Fig.38 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 252.
- Fig.39 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 102.
- Fig.40 Fioravanti, Giorgio, Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente, pp. 44.
- Fig.41 Fioravanti, Giorgio, Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente, pp. 45.
- Fig.42 Fioravanti, Giorgio, Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente, pp. 66.
- Fig.43 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 184.
- Fig.44 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 89.
- Fig.45 Parramón, José Ma., Así se Pinta un Cartel, pp. 17.
- Fig.46 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 84.
- Fig.47 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 194.
- Fig.48 Fioravanti, Giorgio, Diseño y Reproducción. Notas Históricas e Información Técnica para el Impresor y Su Cliente, pp. 66.
- Fig.49 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 400.
- Fig.50 Meggs, Philip B., Historia del Diseño Gráfico, pp. 499.
- Fig.51 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 185.
- Fig.52 Bridgewater, Peter, et. al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 128; Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 111.
- Fig.53 Murray, Ray, Manual de Técnicas, pp. 19.
- Fig.54 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 29.
- Fig.55 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 29.
- Fig.56 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 30.
- Fig.57 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 33.
- Fig.58 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 32.
- Fig.59 Bridgewater, Peter, et. al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 148.
- Fig.60 American Showcase 2 of 2, pp. 943.
- Fig.61 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 111.
- Fig.62 Bridgewater, Peter, et. al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 151.
- Fig.63 American Showcase 2 of 2, pp. 936.
- Fig.64 Bridgewater, Peter, et. al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 151.
- Fig.65 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 21.
- Fig.66 Bridgewater, Peter, et. al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 139.
- Fig.67 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 20.
- Fig.68 1773 Milestones of Art, Harrison House, New York, 1985, pp. 250.

- Fig.107 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, pp. 60.
- Fig.108 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, pp. 61.
- Fig.109 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, pp. 61.
- Fig.110 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.111 Ilustración elaborada por la autora.
- Fig.112 Imagen elaborada por la autora.
- Fig.113 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.114 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.115 Fotografía realizada por Claudio Mejía, agosto 1992.
- Fig.116 Imagen elaborada por la autora.
- Fig.117 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.118 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, pp. 73.
- Fig.119 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, pp. 76.
- Fig.120 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen, Introducción al Alfabeto Visual, pp. 75.
- Fig.121 American Showcase 2 of 2, pp. 764.
- Fig.122 Teoría de la Imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, pp. 23.
- Fig.123 Graphis Design, pp. 132.
- Fig.124 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 113.
- Fig.125 Primera Bienal del Cartel en México 1990, Trama Visual A.C., México, 1990, pp. 84.
- Fig.126 Graphis Design, pp. 133.
- Fig.127 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 71.
- Fig.128 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 71.
- Fig.129 Primera Bienal del Cartel en México 1990, pp. 78.
- Fig.130 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 97.
- Fig.131 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 60.
- Fig.132 Primera Bienal del Cartel en México 1990, pp. 152.
- Fig.133 Primera Bienal del Cartel en México 1990, pp. 62.
- Fig.134 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 38.
- Fig.135 Primera Bienal del Cartel en México 1990, pp. 153.
- Fig.136 American Showcase 1 of 2, pp. 420.
- Fig.137 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 103.
- Fig.138 Vicente Rojo, Cuarenta Años de Diseño Gráfico, Trama Visual A.C., México, 1990, pp. 47.
- Fig.139 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 108.
- Fig.140 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 72.
- Fig.141 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 47.
- Fig.142 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 139.
- Fig.143 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 129.

- Fig.69 American Showcase 1 of 2, pp. 55.
- Fig.70 American Showcase 1 of 2, pp. 349.
- Fig.71 American Showcase 1 of 2, pp. 104.
- Fig.72 Bridgewater, Peter, et al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 158.
- Fig.73 American Showcase 2 of 2, pp. 1071.
- Fig.74 American Showcase 1 of 2, pp. 251.
- Fig.75 American Showcase 2 of 2, pp. 1084.
- Fig.76 American Showcase 2 of 2, pp. 672.
- Fig.77 American Showcase 1 of 2, pp. 51.
- Fig.78 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 98.
- Fig.79 American Showcase 2 of 2, pp. 825.
- Fig.80 Dalley, Terence, Guía Completa de Ilustración y Diseño, pp. 172.
- Fig.81 N.Y. Gold, Vol. 1, New York Gold, Inc., New York, 1987, pp. 55.
- Fig.82 N.Y. Gold, Vol. 1, pp. 195.
- Fig.83 American Showcase 2 of 2, pp. 865.
- Fig.84 American Showcase 2 of 2, pp. 888.
- Fig.85 Diseño Mexicano Industrial y Gráfico, Grupo Editorial Iberoamérica, México, 1991, pp. 5; Jennings, Simon, The New Guide to Professional Illustration and Design, pp. 18.
- Fig.86 American Showcase 1 of 2, pp. 179, 334.
- Fig.87 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, Trama Visual A.C., México, 1992, pp. 84.
- Fig.88 HOW The Bottom Line Design, Nº 3, Vol. VIII, U.S.A., Oct. 1993, pp. 758.
- Fig.89 Graphis Design 93, pp. 216; Diseño Mexicano Industrial y Gráfico, pp. 5; Maldita Vecindad y los Hijos del 5º Patio, El Circo, Ariola, México, 1991, portada de compact disc.
- Fig.90 American Showcase 1 of 2, pp. 22; Bridgewater, Peter, et al., Design Graphics, Illustration, Airbrushing, pp. 221.
- Fig.91 Elle, Nº 67, U.S.A., March 1991, pp. 229, 230
- Fig.92 Graphis Design 93, pp. 85.
- Fig.93 American Showcase 2 of 2, pp. 895, 102.
- Fig.94 Jennings, Simon, The New Guide to Professional Illustration and Design, pp. 47.
- Fig.95 Teoría de la Imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, pp. 87.
- Fig.96 Teoría de la Imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, pp. 90.
- Fig.97 Teoría de la Imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, pp. 94.
- Fig.98 Imagen elaborada por la autora.
- Fig.99 Imagen elaborada por la autora.
- Fig.100 Imagen elaborada por la autora.
- Fig.101 Diagrama elaborado por la autora.
- Fig.102 Teoría de la Imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, pp. 83.
- Fig.103 Wong, Wucius, Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional, pp. 14.
- Fig.104 Wong, Wucius, Fundamentos del Diseño Bi y Tridimensional, pp. 14.
- Fig.105 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen. Introducción al Alfabeto Visual, pp. 57.
- Fig.106 Dondis, D.A., La Sintaxis de la Imagen. Introducción al Alfabeto Visual, pp. 59.

- Fig.144 American Showcase 1 of 2, pp. 627.
- Fig.145 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 102.
- Fig.146 Primera Bienal del Cartel en México 1990, pp. 152.
- Fig.147 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 63.
- Fig.148 México en el Diseño, N° 15, Vol. 3, México, Año 3, pp. 37
- Fig.149 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 140, 43.
- Fig.150 Meggs, Philip B., Type & Image, pp. 30.
- Fig.151 Primera Bienal del Cartel en México 1990, pp. 53.
- Fig.152 American Showcase 2 of 2, pp. 1181.
- Fig.153 Meggs, Philip B., Type & Image, pp. 32.
- Fig.154 American Showcase 1 of 2, pp. 641.
- Fig.155 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 137.
- Fig.156 American Showcase 2 of 2, pp. 786.
- Fig.157 American Showcase 2 of 2, pp. 809.
- Fig.158 American Showcase 2 of 2, pp. 819.
- Fig.159 American Showcase 1 of 2, pp. 47.
- Fig.160 Meggs, Philip B., Type & Image, pp. 38.
- Fig.161 Meggs, Philip B., Type & Image, pp. 38.
- Fig.162 Meggs, Philip B., Type & Image, pp. 39.
- Fig.163 Segunda Bienal del Cartel en México 1992, pp. 92.
- Fig.164 Vanidades de México, N° 19, México, Año 19, pp. 67.
- Fig.165 The News, Mexico City, Monday, July 5, 1993, pp. 15.
- Fig.166 American Showcase 2 of 2, pp. 1181.
- Fig.167 Meggs, Philip B., Type & Image, pp. 153.
- Fig.168 Fotografía realizada por Claudio Mejía, septiembre 1992.
- Fig.169 Fotografía realizada por la autora.
- Fig.170 Fotografía realizada por la autora.
- Fig.171 Bocetos realizados por la autora.
- Fig.172 Dummy realizado por José Cenicerós, enero 1992.
- Fig.173 Dummy realizado por Roberto Betancourt, enero 1992.
- Fig.174 Dummy realizado por la autora, enero 1992.
- Fig.175 Cartel hecho por la autora, julio 1992.
- Fig.176 Fotografía realizada por la autora.
- Fig.177 Fotografía realizada por la autora.
- Fig.178 Fotografía realizada por la autora.
- Fig.179 Fotografía realizada por la autora.
- Fig.180 Diagrama realizado por la autora.
- Fig.181 Diagrama realizado por la autora
- Fig.182 Diagrama realizado por la autora.
- Fig.183 American Showcase 2 of 2, pp. 994.
- Fig.184 Diagrama realizado por la autora.
- Fig.185 Diagrama realizado por la autora.
- Fig.186 Diagrama realizado por la autora.
- Fig.187 Fotografía realizada por la autora.