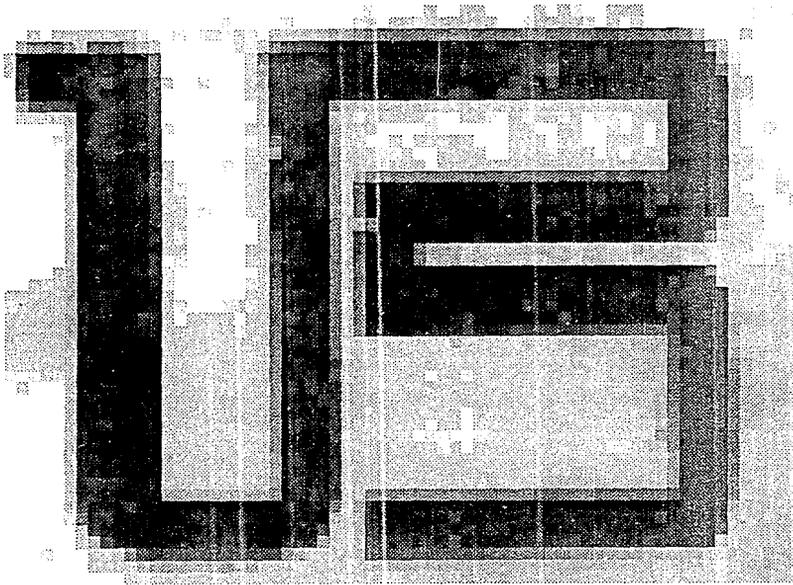


6
2e7

304431



Fotografismo y fotodiseño alternativas de diseño en la publicidad.

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR

MIGUEL ANGEL HUITRON HERNANDEZ

1993

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNAM

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.

- Justificación
- Objetivo general
- Introducción

CAPITULO I

La relación de la fotografía con el
diseño y el grafismo

Análisis semántico de la fotografía,
del grafismo y del diseño

Elementos del Diseño y el grafismo
Proceso del diseño en la Publicidad

CAPITULO II

La fotografía en el Diseño actual

La fotografía y las artes gráficas

Aplicaciones de la fotografía en el
Diseño actual

CAPITULO III

Las tendencias artísticas del
fotografismo desde 1950

Origen del fotografismo
(fotomontaje)

El Dadaísmo

Conclusiones sobre el período
Dadaísta

CAPITULO IV

El fotógrafo y el diseño gráfico

Factores fotográficos

CAPITULO V

Producción fotográfica

Elementos de la producción
fotográfica

Teoría del fotografismo

Proceso fotografístico

Naturaleza y caracteres del
fotografismo

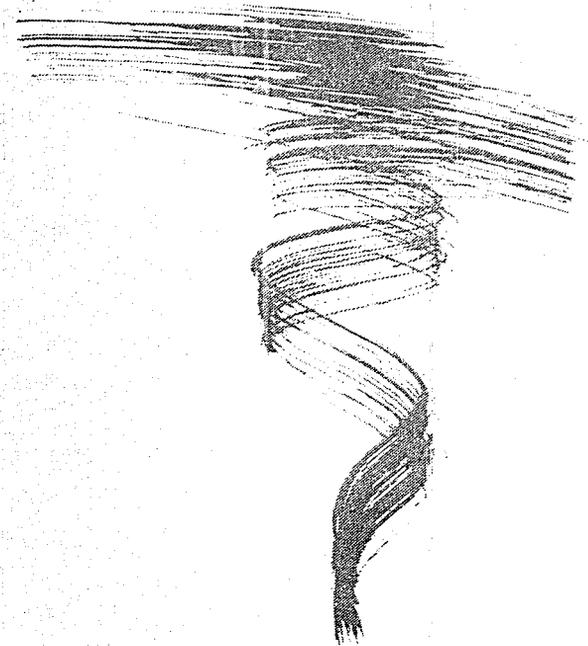
CAPITULO VI

Observaciones sobre el
fotografismo y el fotodiseño

Fotodiseño

Conclusiones

Bibliografía



La sociedad cambiante de nuestro días, evoluciona de una manera rápida y constante por lo tanto requiere de una comunicación eficiente y actual.

Es por esto que el diseñador gráfico debe estar actualizado y procesar de manera eficiente y creativa los mensajes que vayan dirigidos a ésta, para lograr una mayor y mejor comunicación humana.

Es aquí en donde se expone que por medio de métodos fotográficos el diseñador puede tener una alternativa más, que debe saber utilizar en beneficio de la comunicación y de la sociedad.

Con la investigación aquí expuesta no se espera que el diseñador

gráfico, sea también un experto fotógrafo.

Pero sí estar capacitado para conseguir un diseño fotográfico y dar las instrucciones necesarias al fotógrafo para conseguir los efectos requeridos. Por tanto, además de trabajar en equipo debe de estar al corriente de todo lo que se puede lograr en el laboratorio, de como funcionan los diversos equipos y de que fuentes puede obtener el material fotográfico (archivos, prensa, cine, recortes, etc.) necesario para la elaboración de un proyecto.

De esta manera el diseñador gráfico contará con los conocimientos necesarios para enfrentar cualquier situación que requiera de alguna solución fotográfica.

Objetivo general:

Utilización del fotografismo y el fotodiseño como variables de apoyo en el trabajo del diseñador gráfico a través del conocimiento de nuevas teorías y tendencias técnicas y artísticas.



Dentro del entorno de una sociedad se desenvuelven una gama de actividades que van dirigidas al desarrollo y bienestar de la misma; dentro de éstas surge el diseño gráfico, como un medio de comunicación que busca relacionarse con el resto de los fenómenos y necesidades de una sociedad cambiante, tanto en aspectos económicos, tecnológicos y científicos y que a su vez actúan sobre los culturales, artísticos, políticos y sociales.

Es por eso que el diseñador gráfico debe ser consciente de la problemática global de la sociedad tanto en el inicio como en el proceso de creación de cualquier mensaje que a ella vaya a dirigirse.

Las posibilidades de manipulación de las imágenes representan una de las partes más esenciales de lo que denominamos diseño gráfico. Manipulación de la imagen entendida como el conjunto de distorsiones y variaciones producidas por diferentes técnicas y procesos gráficos que utiliza el

grafista (fotografista) con el fin de comunicar mejor una determinada idea o mensaje a los individuos a los que va dirigido.

La manipulación de imágenes es utilizada en el sistema económico y social de diversas formas; sin embargo, puede decirse que en general intenta mejorar las comunicaciones sociales y en definitiva las relaciones humanas.

El trabajo del diseñador gráfico se desenvuelve básicamente en 3 áreas fundamentales: la fotografía, la ilustración y la tipografía (si bien la fotografía hace a menudo las veces de ilustración). La elección de los diferentes caminos que tiene ante él para llevar a cabo la manipulación expresiva del mensaje visual es muy extensa y aplicable a todas ellas. Dentro de la fotografía, y en el ámbito del grafismo, puede optar por múltiples técnicas, como el fotomontaje, los virados, las tramas, las solarizaciones, etc. Esta amplitud, de posibilidades que le ofrece la fotografía y teniendo en

cuenta que el espectador cree realmente en la veracidad de este tipo de imagen (porque la cámara nunca miente), se nota como efectivamente una gran parte del grafismo, desde los inicios hasta hoy, se viene utilizando de modo exhaustivo y muy a menudo como elemento de base de la composición.

El fotografista trata de dar una apariencia subjetiva forzando los elementos psicológicos o emocionales de la imagen, y a su vez imprimiendo su propia personalidad.

La fotografía permitirá precisamente lograr mediante la manipulación, ciertos efectos más fantásticos o diferentes de lo que pudiera lograr el dibujo, ya que éste exige una mayor sensibilidad del espectador. Digamos que en principio la foto tiene por su realismo un poder de comunicación más directo y más fácil.

No se trata en ningún caso de excluir el valor del dibujo, la

ilustración gráfica a la pintura, pero tampoco puede decirse que sean siempre estos los caminos más válidos para la realización de un mensaje gráfico, cada técnica tiene su especialización y por esto mismo, un ámbito de aplicación en el cual obtiene resultados óptimos.

Lo importante en cualquier caso es saber elegir para cada idea, la técnica y el tipo que le es más propia y saber combinarlos con el fin de producir una comunicación eficaz.

Generalmente ocurre que aun siendo la fotografía una alternativa de un diseño cualquiera, está

conjugada y muchas veces soportada por una tipografía y a menudo por otra forma de ilustración. Son pues áreas perfectamente relacionables.

La fotografía, en su nueva gráfica con ayuda de elementos tipográficos, adopta el nombre de tipo-foto. Esta síntesis se ha convertido en uno de los medios de expresión gráfica más característica del grafismo y la publicidad actual, hasta el punto, que un mensaje gráfico plenamente logrado debe formar, con una tipografía adecuada una unidad indisoluble, y que podamos obtener nuestro objetivo: La Comunicación.



CAPITULO I



La relación de la fotografía con el diseño y el grafismo

En el momento en que un grafista interviene en una imagen fotográfica, para modificarla, combinarla, transformarla, con una cierta intencionalidad expresiva, en función de un mensaje, surge el fotografismo. El diseño gráfico es una dimensión más amplia o por lo menos diferente del grafismo.

Así que podríamos definir los términos fotografismo y fotodiseño de una manera sencilla:

Fotografismo:

Es la transformación de una imagen ya existente en una nueva, combinada con otros elementos gráficos, que le ayudarán a adquirir mayor impacto visual; algunas variantes del fotografismo son el fotomontaje (o *collage*) y foto-tipo (que es la compaginación de imagen-texto).

Fotodiseño:

Es fotografía abstracta, no

abstraccionismo. Fotografía, porque está hecha con medios fotográficos puros. Abstracta porque no reproduce cosas ni objetos de la realidad, sino creaciones óptico-luminicas. Por consiguiente, el principio del fotodiseño es opuesto al del fotografismo.

Cuál es la razón para nombrar fotodiseño, cuando existe otra palabra que cuenta con mayor circulación en el medio profesional, fotografismo, es conveniente mencionar que fotografismo y fotodiseño no son sinónimos ni tampoco se trata de diferencias de matiz o conceptuales.

La diferencia existente entre diseño y grafismo es la misma diferencia esencial entre fotografismo y fotodiseño, el hecho de la existencia de la fotografía en ambos casos no los convierten en equivalentes.

Con el sólo hecho de que existe la expresión diseño gráfico, y del sentido de esta expresión, se

puede entender que diseño y grafismo no son lo mismo sino la expresión diseño gráfico sería semánticamente inútil y redundante, si por ejemplo pensamos en diseño industrial verificamos que en esta disciplina hay diseño y sin embargo no hay grafismo en el sentido exacto de "Arte gráfico aplicado". Si mencionamos otras aplicaciones de este vocablo, como diseño organizacional, diseño estratégico, diseño operacional, observamos cómo el término "diseño" se distancia más y más del "grafismo" para tomar el sentido de estrategia.

Grafismo, gráfico, grafía, caligrafía, tipografía y fotografía, tiene una misma raíz: grafía, que tiene origen del *graphein*, que significa trazo trazado, ya sea el de la mano de dibujo o escribe, trazo que ha quedado plasmado en un soporte por el movimiento de la mano guiada por el ojo y el cerebro.

En cambio Diseño viene de *designio* o plan ideado de algo que se va hacer proyecto, propósito y

que implica una estrategia para llevarla a cabo.

La confusión semántica surge, porque todo proyecto o plan mental se materializa sobre un soporte, como de papel, se desarrolla en blanco y negro, se memoriza y perdura en el tiempo, por que ha sido planificado, el proyecto ha pasado de la mente a un soporte. De igual manera el grafismo se materializa sobre papel, la idea se convierte en una serie de borradores, que van siendo corregidos hasta quedar en forma definitiva. Por consiguiente, hay parte de ambos procedimientos, Diseño y Grafismo, que es claramente similar, pero la diferencia radica en que el Diseño desarrolla ideas para acciones y plasmaciones físicas, mientras que el grafismo configura mensajes visuales.

La fotografía también configura mensajes visuales, pero ésta y el

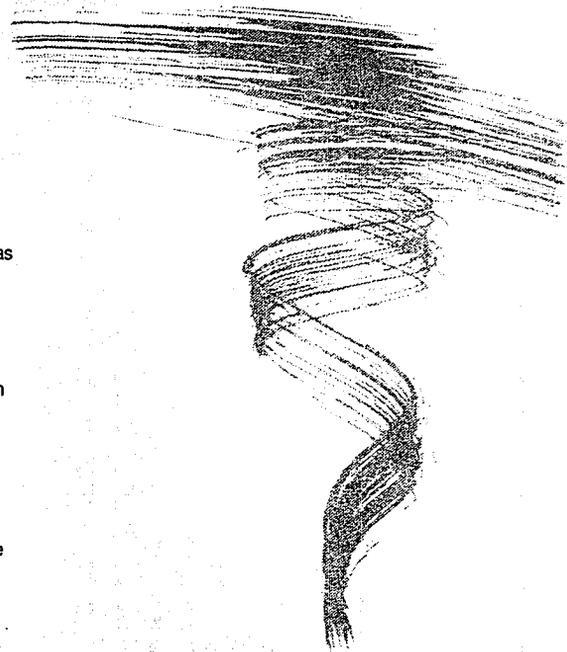
grafismo, por ser modos de producción de naturaleza esencialmente diferentes, producen mensajes diferentes.

Se podría preguntar en que medida una fotografía es diseño, esto es lógico, pero en cambio nadie preguntaría en que medida la fotografía es grafismo, simplemente porque la fotografía es una imagen técnica, es decir: *imago* (representación de cosas existentes), mientras que un grafismo es un conjunto de trazos manuales, que pueden ser imágenes análogas o abstractas, estructuras lineales, o la combinación de recursos gráficos diferentes; dibujo, caligrafía, tipografía.¹ Por consecuencia, las interacciones entre diseño y fotografía y grafismo y fotografía, aportan diferentes maneras de comunicar visualmente y diferentes formas de expresión.

Si existen ambigüedades formales entre dibujo, fotografía y pintura ya que se imitan y se combinan recíprocamente; si existen por otro lado confusiones conceptuales y

semánticas entre las palabras que designan al diseño, al grafismo y por extensión al fotografismo, es por esto que tendremos que analizar: la fotografía, grafismo y diseño para observarlos como procesos y resultados diferentes por propia especificidad y que las interacciones entre ambos dan lugar a otras técnicas, otras formas de expresión y en consecuencia otras formas culturales.

Analicemos primero la fotografía, cuyo prefijo (foto) está presente en dos técnicas que analizaremos después, la clave de este término está en su raíz, del griego *phos*, que significa luz. Así la fotografía sería: un procedimiento o un resultado de un sistema técnico de obtención de imágenes por medio de la luz. Grafía hecha con luz. Grafía en el sentido original de trazos, la luz como sustancia y también como acción física producida sobre superficies que han sido previamente sensibilizadas a esta acción de la luz.



¹ El lenguaje fotográfico / Joan Costa / Ed. Madrid 1971 / pp 78.

Se ha definido metafóricamente a la fotografía como "el arte de pintar con luz" términos poéticos que olvidan la naturaleza del acto de pintar y la acción de fotografiar, lo que sí puede decirse es que hay pinturas, fotografías y dibujos, que se parecen y en síntesis que si los resultados son parecidos, ¿Por qué la preocupación de las diferencias y menos cuando no son siempre evidentes?. Se sabe que la tendencia a asociar las cosas que se parecen es una simplificación de la mente para hacer el mundo más inmediatamente comprensible, esta es una actitud reductora y en contra con la actitud científica, que busca un análisis más allá de las apariencias, filosóficamente esta observación tiene una doble vía: por un lado, el principio que aquello aparentemente semejante a los ojos puede ser de naturaleza diferente, y por otro que las cosas diferentes pueden tener causas comunes, estos razonamientos se tomarán en cuenta ya que la

fotografía y la pintura, detrás de la semejanza formal entre ambos resultados, hay dos modos de producción esencialmente diferentes.

La fotografía es un procedimiento técnico basado en la relación del objeto y objetivo y en consecuencia el mito de la objetividad, pero la objetividad fotográfica no existe aunque exista la relación entre un objeto y un objetivo óptico, si hay que partir de la base de que la fotografía es un medio de producción de imágenes.

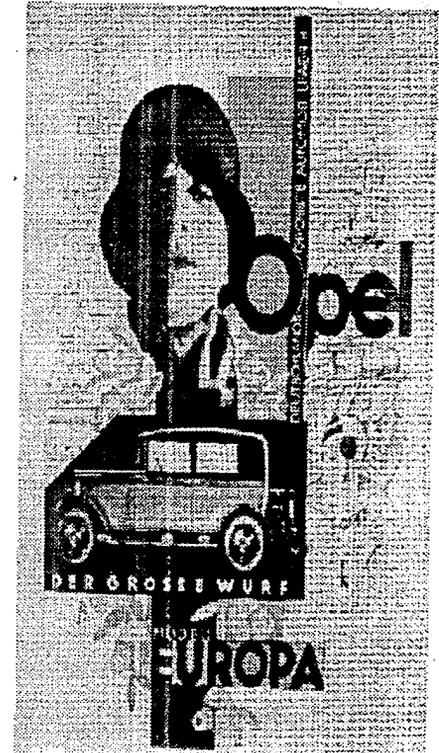
"Las fotografías siempre son imágenes, esto es, representaciones de lo real-visible o visual-invisible o simplemente óptico."²

Esto es que imagen fotográfica en el sentido estricto de la palabra *imago*, es la representación de un modelo preexistente en la realidad: La imagen es un fragmento de la realidad representación de algo real sensible. Estas aseveraciones adquieren solidez evidente si se

trata de imágenes fotográficas.

La fotografía se basa en el registro, sobre un soporte físico —película, papel— los ases de luz que son reflejados por los objetos iluminados que se encuentran frente al objetivo de la cámara. Reflexión y negativamente absorción de la luz por los objetos, determinan los valores que son registrados por la fotografía: la reflexión corresponde a la superficie iluminada en la imagen; la absorción a la superficie ensombrecida. Las infinitas gradaciones que van del blanco al negro, expresados por grises que matizan las relativas variables que existen entre la reflexión y la absorción constituyen las medias tintas, los medios tonos, las escalas de grises.

Pero la cámara fotográfica no es selectiva como el ojo humano, todo cuanto está a su alcance —el campo visual— se registra automáticamente sobre la película por la ley de reflexión y la absorción lumínica. Es por esto



Cartel Publicitario Histórico / Alemania

² La fotografía teórica / J.R. Clero / Edic. Omega 1975 / pp 103

que la fotografía registra una enorme cantidad de información bruta, es de ahí la idea de exhaustividad y de fidelidad de la imagen hacia el modelo real, las fotografías son el resultado de un objeto que, en determinadas condiciones de luz está ante el objetivo para ser registrado. Esto es muy simple y puede resumirse así: "a) tenemos un objeto o cosa, determinado todo el conjunto de fenómenos que transcurren en el campo visual, por un rectángulo que limita la imagen.
b) el campo visual y los objetos se encuentran bajo condiciones determinadas de luz entre el objeto y la cámara.
c) existe una cámara enfrente de este campo visual iluminado."³

En este proceso existe lo que se llama "coeficiente de fotografiabilidad"⁴ cuyos componentes son la cantidad de luz, la sensibilidad de la película, el

alcance focal. Pero este factor no importa ahora ya que nos estamos refiriendo al resultado del acto fotográfico, es decir imagen obtenida. En ella coeficiente de fotografiabilidad va implícito y lo que nos interesa es el hecho de que una fotografía es invariablemente una imagen, como representación fiel, transcripción de los aspectos del mundo que nos envuelve.

Esta cuestión es importante ya que tratamos de destacar las diferencias esenciales entre fotografía y grafismo, ya que en el caso de un grafista no necesita irremediamente un objeto enfrente para representarlo en imagen, basta con pensarlo, idealizarlo y plasmar sobre el espacio gráfico.

Grafismo

El grafismo se plasmó y se formó como disciplina y estatuto profesional, con el llamado Arte Gráfico, con él se desarrolló; con sus interacciones entre la estética y



Cartel Publicitario Histórico / Alemania

³ Enciclopedia focal de la fotografía / Edic. Omega 1975/ 1er. tomo

⁴ Idem pp 318

la tecnología, y con la evolución de las economías de mercado. "El grafismo es un arte gráfico aplicado y se puede definir como la disciplina estructurada y normalizada, que le sucedió al ejercicio más espontáneo del dibujo libre y su incorporación del Arte Comercial".⁵

Se revela la conexión existente entre el arte puro y el arte visual aplicado con el inicio de la evolución de la imprenta al denominar coherentemente: arte gráfico —arte comercial— artista gráfico y dibujante comercial.

El artista gráfico o dibujante comercial surgía de una vocación artística y de cierta destreza por el dibujo y la pintura.

"La relación existente entre arte puro y el arte aplicado en el campo de la comunicación gráfica, se

⁵ *El Diseño Gráfico / Statue Enric / Madrid, Alianza 1988 / pp 56.*

⁶ *Los carteles, su historia y lenguaje / Col. Comunicación Visual / Gustavo Gilli, Barcelona 1972/ pp 82.*

⁷ *Fotografismo publicitario / Tobias M. Berthel Edit. Gustavo Gilli / Barcelona Rose pp 48*

manifiesta con el movimiento artístico llamado cartelismo con representantes como Toulouse Lautrec en Francia, Capiello en Italia, Mucha en Alemania, Tapiés, Clave, Miró y Ramón Casad en España.⁶

Con este movimiento, el libro ilustrado, el diseño de Marcas, es decir, con la publicidad y la edición, surgía el grafismo funcional (donde predominaría lo utilitario sobre lo estético) y su sistema Bimedia, que es la combinación de los dos elementos fundamentales de la comunicación visual: la colaboración de la imagen y el texto.

Era así como el dibujante comercial se caracterizaba por dos rasgos esenciales en su trabajo.

- 1) En el nivel del mensaje acabado o de la "factura": por su calidad manual, artesanal.
- 2) En el nivel de la elaboración del mensaje, por su polivalencia: el dibujante comercial era

proyectista, ilustrador, rotulista y montador al mismo tiempo.

Esquemáticamente el trabajo del dibujante comercial comprendía los dos elementos principales del mensaje:

"Ilustración (Imágenes dibujadas al trazo y por medias tintas) y rotulación (dibujo manual de textos, tipografía, calligrafía) organizados todos ellos dentro del espacio gráfico por medio del elemento constructivo: la compaginación que es la estructura subyacente a la repartición de los elementos expresivos dentro del espacio gráfico".⁷

Poco a poco el arte comercial se convertiría en grafismo, o sea que se formulaba como una disciplina y de aquí se desarrollaron varias especialidades como el mismo origen, la tarea del dibujante comercial se dividía en proyectos específicos altamente especializados. Aquí se podría notar entonces cómo el grafismo

sigue su imperativo de la eficacia.

Con esta división estructural del trabajo gráfico global, apareció la especialización y con ella los maquetistas, fotógrafos, ilustradores, retocadores, rotulistas, etc., y sus subdivisiones todavía se convirtieron en superespecialistas de cada una de estas ramas, así comenzaba a organizarse el grafismo como un conjunto de elementos, cada uno especializado, la ilustración manual se ampliaba con la incorporación de la "ilustración fotográfica", la rotulación manual coexistía con la "tipografía" y la composición (término dado en la pintura y escultura) en estructuración.

Esta organización de imágenes y textos sobre el papel en función de un mensaje intencional, se realizaba en dos etapas: "La etapa inicial del proyecto, bocetaje o

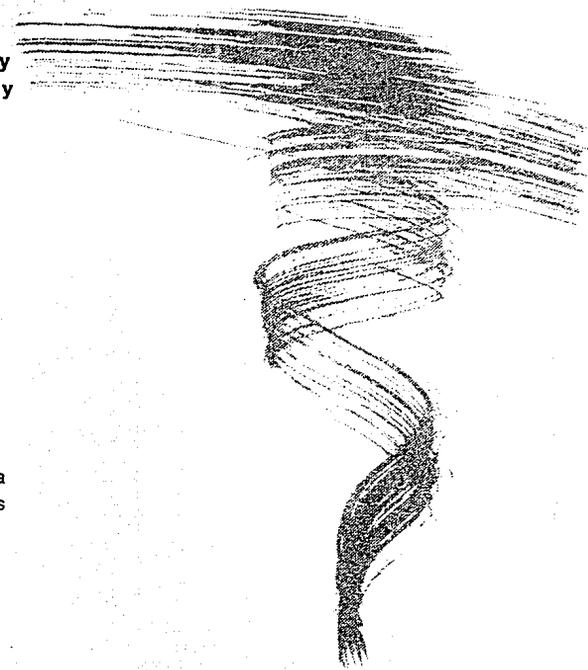
maqueta, caracterizado por el elemento creativo y la etapa final del original o montaje del dibujo técnico. Al actual grafista se le define básicamente por esta bifurcación de su actividad en las dos áreas: de la creatividad y de la ejecución manual."⁸

De esta manera el trabajo gráfico toma dos puntos de referencia que lo inician y lo finalizan, el boceto y el original mecánico.

El boceto (ya sea del cartel, libro catálogo, folleto, revista, etc.) es el esbozo preliminar del mensaje gráfico, "La forma del boceto es similar al apunte del artista, es **Intencional, inacabado, realizado con ausencia de detalles y propuesto como un tanteo, es un nivel suficiente de inteligibilidad.**"⁹ En el grafismo, el boceto es provisional y tiene como objetivo servir de modelo para los pasos técnicos siguientes, después de los cuales pierde su utilidad. En el boceto lo que más importa es la propuesta gráfica que contiene, que el detalle explícito:

"La realización del original constituye el montaje íntegro el acabado de este dibujo técnico y es el intermedio entre el boceto y el Impreso Industrial."¹⁰ En el original se reúnen todos los ingredientes precisos del mensaje debidamente ordenados, la forma del original es meticuloso, supereditada al detalle y a la perfección del acabado.

En definitiva, el boceto, proyecto o maqueta, es un modelo para ser visto, discutido y ajustado, hasta determinar su validez como tal modelo, de acuerdo con una intención previamente determinada y un efecto esperado. El original es la pieza definitiva, con la cual se obtendrá la producción industrial. Éste está hecho, exclusivamente para ser reproducido por los procedimientos fotomecánicos, e impreso por la industria gráfica en un número definido de ejemplares para su difusión, por medio de la cual el mensaje gráfico llega a sus receptores.



⁸ *Artes Gráficas / Col. A prender haciendo grafismo / Edit Gustavo Gill*

⁹ *Artes gráficas para dibujantes / Col. Aprender haciendo Grafismo / Edit. Barcelona 1980 pp 43*

¹⁰ *Idem pp 43*

Otros profesionales que intervienen en el trabajo gráfico son clasificados, aparte del nombre genérico "grafistas" por su especialidad: ilustradores, fotógrafos publicitarios, etc., los cuales todavía se diversifican selectivamente, según la clase de trabajo que realizan dentro de su área: existen fotógrafos especializados en temas de alimentación, modas, automóviles, cosméticos, objetos brillantes, etc., así como hay grafistas especializados en revistas, carteles, empaques, señalización, etc.

Gracias al gran desarrollo que sufrió, la fotografía reemplazó en gran medida a la ilustración manual, "el fotogramismo que en ciertos casos constituye una ilustración, surgió con el manejo de la imagen fotográfica por el grafista y el fotógrafo." El fotogramismo por consiguiente se apoya de la fotografía y del grafismo y por esto es

considerado una técnica mixta. El trabajo gráfico que le corresponde se caracteriza por el *collage* y el fotomontaje, que primero lo utilizó el artista y luego lo retomó el grafista.¹¹

La fabricación y la codificación del mensaje, primero en forma de boceto o de una maqueta y después en original. En este trabajo intervienen todavía dos factores más: "a) En el nivel conceptual: dirección creatividad, la personalidad y la sensibilidad del grafista. b) En el nivel técnico: la información correspondiente al formato del impreso, tipo de papel, número de tintas, procedimientos de impresión, etc."¹²

No importan las ideas o los propósitos que conducen a la concepción del mensaje gráfico, así también como las condiciones técnicas o componentes icónicos y textuales.

El grafista maneja siempre una elección entre un conjunto muy amplio pero definido, de elementos

fundamentales, como los cuales el mensaje será organizado, estructurado, compuesto.

El factor básico del trabajo gráfico es el "soporte material" el papel, definido como el espacio bidimensional del plano. El espacio gráfico o soporte material, tiene en cada caso concreto medidas y proporciones precisas que son conformes a determinadas reglas de orden creativo, normativo y técnico.

De manera simplificada se puede observar los diversos elementos del grafismo en el esquema 1.

Las "variantes textuales" se dividen en muchas otras subvariantes: las grandes familias tipográficas, los tamaños de los caracteres, sus variaciones estructurales e intensidades, etc., se encuentran además una subdivisión de estas variantes textuales en donde el grafista puede disponer de signos organizados en sistemas o códigos:

Figuras emblemáticas simples, señales, numerales, etc.

¹¹ *Fotogramismo publicitario internacional* / Tobias M.B. / Edit. Gustavo Gill Barcelona 87-89 pp179

¹² *Artes Gráficas para dibujantes y técnicos publicitarios / Cómo Aprender haciendo Grafismo* / Inst. Parramón Edit. Barcelona 1980 pp29

Existe una subdivisión en las variantes icónicas que serían los "elementos gráficos": líneas, orlas, fondos, tramas, texturas, colores.

Si los elementos alfabéticos, signícos e icónicos poseen una función de "significación" más o menos explícita y connotada, los elementos gráficos operan una función de organización del mensaje: como sería la distribución de los elementos en un sistema de relación entre ellos y con un espacio-formato .

Poseen pues una función "estructurante", configura el mensaje global, puesto que el mensaje será percibido y explorado por el receptor siguiendo un itinerario visual que ha sido predeterminado por el grafista, como una estrategia de la comunicación visual.

El "elemento cromático" maneja tres clases de funciones que serían: a) función de realismo (o inversamente de irrealidad) esto sería que una imagen en color

Los elementos del grafismo y sus combinaciones

El soporte material, espacio bidimensional (espacio-formato)

2.- Variantes textuales:

(Titulares, slogans, textos)
Tipografía
Caligrafía
Mecanografía
Logotipos
Fotocomposición
Rotulación a mano
Teletexto

3.- Sistemas de signos:

Numerales
Señaléticos
Emblemáticos
Tipográficos
Marcas normalizadas

4.- Variantes icónicas:

(Ilustraciones, documentos)
Dibujo
Pintura
Esquema
Cartografía
Grabado
Diagramas
Pictogramas
Fotografía

5.- Elementos gráficos:

Colores
Líneas
Orlas
Fondos
Recuadros
Franjas
Formas geométricas
Tramas y texturas

Esquema extraído del libro IMAGEN GLOBAL, COSTA JOAN, Barcelona CEAC 1987

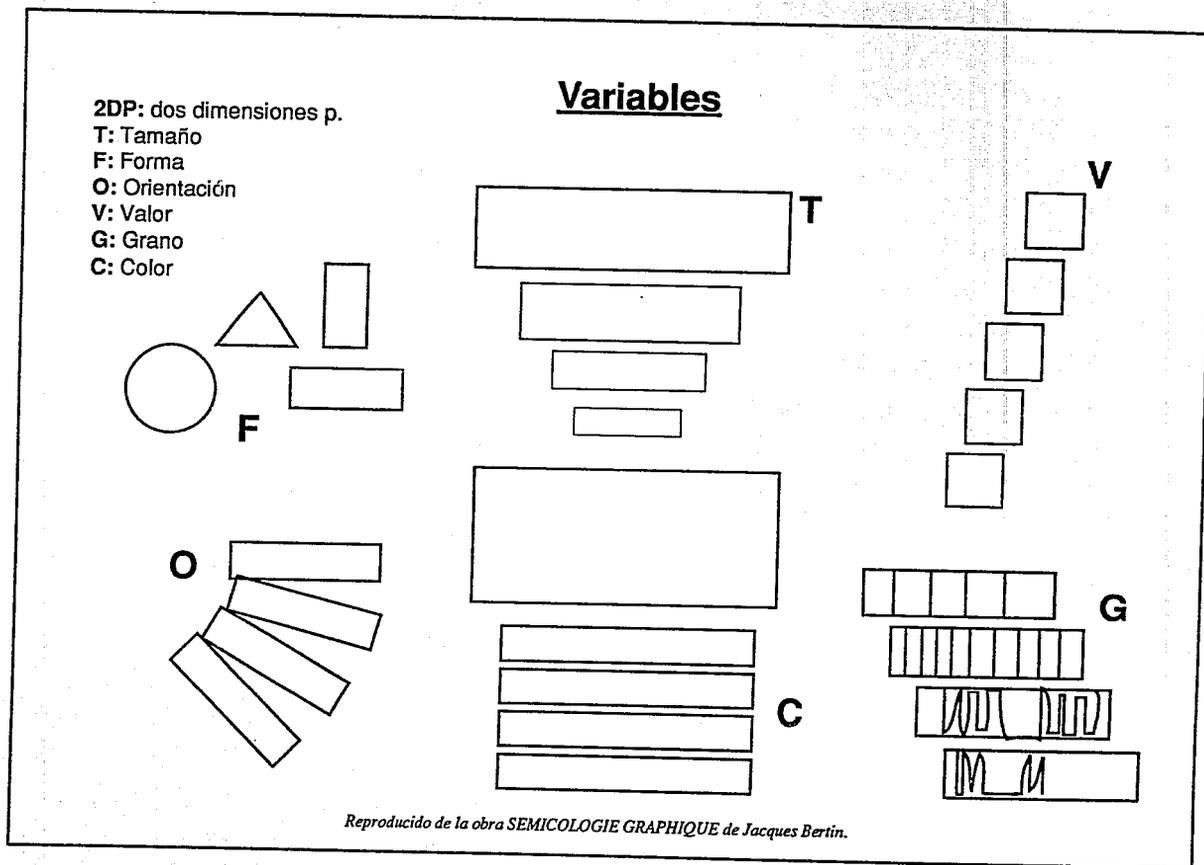
parece más "real" que una imagen en blanco y negro y alterando el color, la imagen se convierte en "irreal"; b) función en señales, ya que el color acota, subraya, advierte, señaliza, etc., ejerciendo relaciones jerárquicas en el interior del mensaje; c) función estética o simbólica y ésta corresponde a la psicología del color.

Además se puede observar que esta enorme variedad de componentes, se pueden multiplicar y combinarse en un número infinito, con las variables visuales propuestas por J. Bertin, que serían, forma, valor, orientación, tamaño, grano (texturas o tramas), color combinándose en las dos dimensiones del plano para así organizar la compaginación (ver esquema #2).

De esta manera se sintetiza el conjunto de los elementos operativos del "grafismo" con los cuales se combina y organiza básicamente la codificación y la composición de los mensajes.

Diseño

El término diseño se asimila con frecuencia erróneamente con el de



"grafismo".

Corrientemente se entiende por diseño el mensaje material: esbozo, dibujo, ilustración siempre vinculado a la estética y al quehacer manual.

Las aceptaciones más comunes de la palabra diseño son las de esbozo preliminar de una imagen (ejemplo boceto) delineación esquema, plano (de una máquina o construcción). Las ideas de "esbozo preliminar de una imagen" y de "delineación" considerados como la acción manual de trazar los rasgos de un dibujo: Líneas sobre papel, no son sin embargo características específicas del grafismo propiamente dicho.

También sucede con las ilustraciones, dibujo, caricaturas o un esquema, un dibujo técnico, un gráfico, se consideran diseños (y no grafismos), del mismo modo que el diseño de figurines, de

decorados de modas y de otras tantas variantes de la comunicación visual, no son grafismos más que en la medida en que hayan sido concebidos y realizados.

Pero siempre que se trata de "esbozos" de "delineación" o sea, de la ejecución manual de formas sobre el papel con una cierta cualidad estética, se asimilan al Diseño.

De hecho se ha confundido en conjunto del proceso (*design*) con su resultado (mensaje). Porque todo lo que tiene que ver con la estética y que está hecho por medios manuales, y se asemeja a la acción de diseñar como sinónimo de dibujar.

El vocabulario profesional se ocupa de conservar, la antigua relación del arte puro y el arte aplicado: el arte gráfico con sinónimos como el arte comercial, artista gráfico, dibujante comercial.

Después, al diseño de objetos técnicos se le denominó "estética

industrial", que después sería definido con un término todavía incierto: "Diseño Industrial" (se privilegiaba antes el aspecto formal que el creativo y funcional).

Volviendo con la idea de Diseño, vemos que ésta ha tomado el sentido de vocablo "*desing*" que significa el plan mental, esquema de acción o de ataque, propósito, intento, así como la adaptación de los medios a los fines del proyecto.

De manera que se debe ver al *desing* no precisamente como el producto o el resultado del mismo; no es un objeto material sino exactamente "*el proceso mental y operacional por el cual se obtiene el resultado*",¹³ las ideas de plan mental, esquema de acción, propósito e intento, corresponden claramente a la idea general de proyecto es decir, de organización mental precisa para lograr un determinado objetivo.

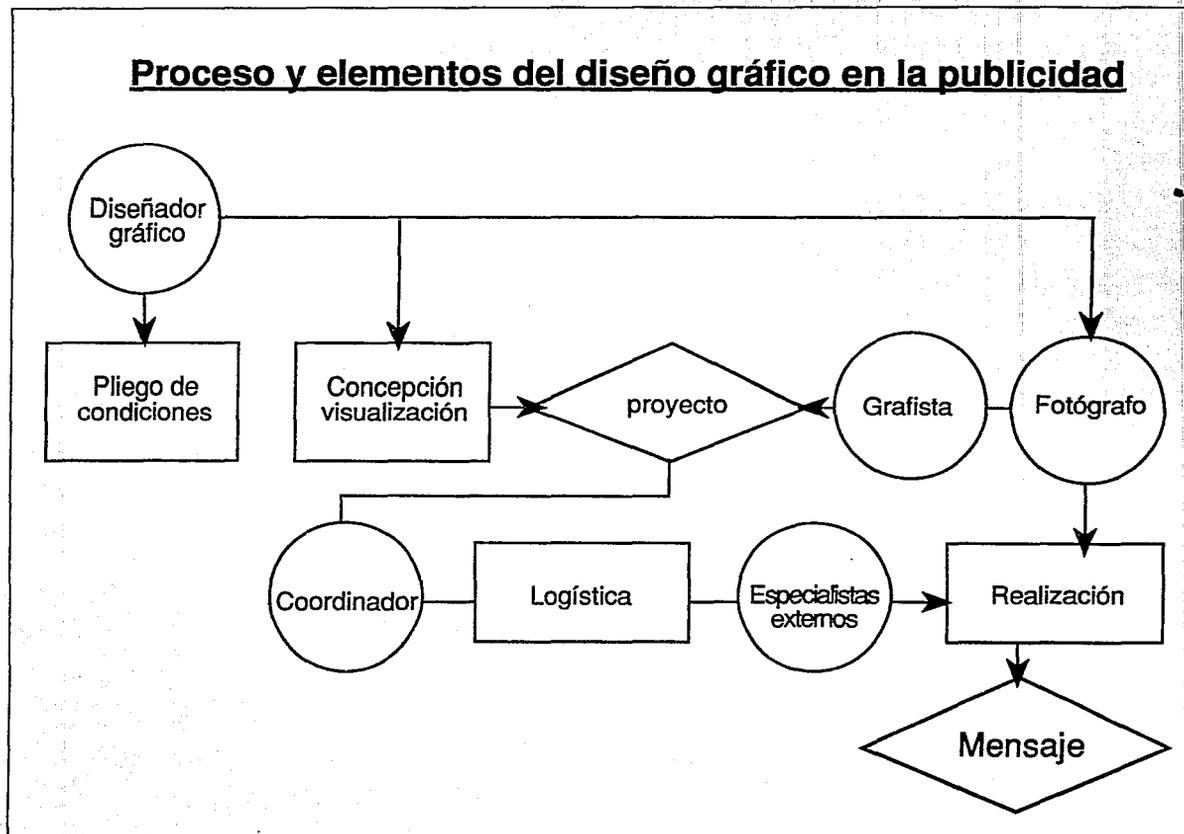
La adaptación de los medios a los fines tiene un doble sentido:
1) el de las opciones materiales en



¹³ *Graphic Design Manual* / Armin Hoffman / Ed. Arthur Niggly / Suiza 1965.

función del propósito; 2) el de desarrollar el proceso de diseño

bajo el movimiento creativo de la mente que establece una dialéctica entre la imaginación y su realización material, basándose en la realidad a un margen de "adaptación" entre el propósito, la imaginación, los condicionantes



técnicos, materiales, etc., y los medios disponibles.

Fundamentalmente *design* es proyecto, o sea un proceso con influencia recíproca respecto a las acciones mental y material de proyectar.

- 1) Proyecto, equivale en primer lugar a intencionalidad, propósito de llevar a cabo una acción con un fin preciso. Proyecto también como plan mental, esquema imaginario de acción, organización. Proyecto, finalmente como juego creativo de adaptación de los medios a los fines.
- 2) Proyecto, a su vez esbozo preliminar de unos trozos sobre el papel correspondiente al plan mental, como intento de plasmación, de formalización de dar forma a las ideas. Proyecto como dialéctica constante en la configuración material de las ideas sobre papel.

Así se puede ver como el resultado de *design* en el diseño gráfico no es un "diseño": es un mensaje en forma de folleto, cartel, anuncio, catálogo, etiqueta, libro, etc. El diseño es al mismo tiempo la idea y el proceso por el cual ésta cristaliza en un elemento material del mundo que nos rodea.

El sentido del término *design* que traducimos sencillamente por diseño, es una idea básica pero también una idea genérica. Es igualmente diseño una instalación o un plan de acción, un programa de tareas complejas, un conjunto de estrategias coordinadas para un determinado fin, un producto o un servicio. Sin que ello suponga la intervención del grafista o del diseñador gráfico, sino del técnico, el ingeniero o el experto en comunicación. Por ser pues genérico el vocablo "diseño" necesita explicar el fin al cual se aplica en cada caso. Así se define por Diseño Industrial; la creación de objetos técnicos. Diseño Arquitectónico, la proyección de edificios; por Diseño Escénico, la visualización de un

representación escénica; por Diseño Gráfico, "*La concepción y desarrollo de toda clase de mensajes visuales destinados a las artes gráficas.*"⁴⁴

Es necesario realizar un paréntesis nuevamente acerca de las impresiones semánticas: el "diseño" que constituye un modelo para ser producido por medios industriales, es de hecho, Diseño Industrial, y en este sentido es inexacto llamar diseño industrial exclusivamente al diseño de objetos, ya que también es industrial el diseño gráfico. Queda entonces que la fórmula "diseño gráfico" es más amplia que la de "grafismo".

El proceso de diseño gráfico implica una "concepción-visualización" como una de sus primeras reacciones, esto es el instante creativo en que se vislumbran soluciones en forma de imágenes y mensajes. De aquí nació y se desarrolló la fórmula actual conceptista-visualista, en un campo más amplio y complejo.

Las funciones del Diseñador Gráfico, como conceptista y como visualista, una veces se dan en una sola persona o bien intervienen hasta tres especialistas que trabajan en grupo. En las agencias de publicidad y estudios de diseño y fotografía, existe una verdadera organización del proceso del diseño gráfico y fotográfico, en la que intervienen visualistas, grafistas, fotógrafos, coordinadores y una serie de especialistas externos, cuya diversidad y número varía según la complejidad del proyecto. De esta manera se comprenderá que estas ligeras diferencias entre Arte Comercial y grafismo y del grafismo al *design*, tenían que ejercer una serie de influencias en la utilización del medio fotográfico. Simultáneamente, las evoluciones de la fotografía y de sus técnicas incidían en el trabajo del visualista y obviamente en los resultados del diseño gráfico. Así pues el fotografofismo será un camino paralelo con el Diseño Gráfico como lo veremos más adelante.

⁴⁴ El Diseñador gráfico / Statua Enric / Madrid Alianza 1988 / (arte comercial) pp.62.

CAPITULO II



La fotografía en el Diseño actual

Una de las primeras formas de manipulación fotográfica que se extendieron rápidamente por diferentes países de Europa fueron el "fotograma" y sobre todo el fotomontaje que más tarde vería nacer el "fotografismo" a finales de la 1ª Guerra Mundial, se extendió del dominio del Arte al del arte gráfico y el grafismo publicitario. Así pues el fotograma y el fotomontaje se encuentran en el origen del fotografismo y su uso se hace común en las artes gráficas desde los años veinte hasta los cincuenta. A partir de esta época el desarrollo incesante de la técnica fotográfica y la personalidad creadora de los principales fotgrafistas crea nuevas posibilidades de comunicación y expresión.

La fotografía y las artes gráficas

Al haber entrado la fotografía como "una imagen de la realidad" en las

artes gráficas, llegó junto con ella un invento que ella misma había hecho posible: el fotograbado tramado, que hiciera posible la reproducción de las medias tintas, los matices intermedios del blanco al negro, el efecto de luces y sombras y la ilusión de volumen, con una sensación sorprendente de realidad que contrastaba fuertemente con la "pobreza" de su precedente; El grabado de línea obtenido por medio del trazo manual.

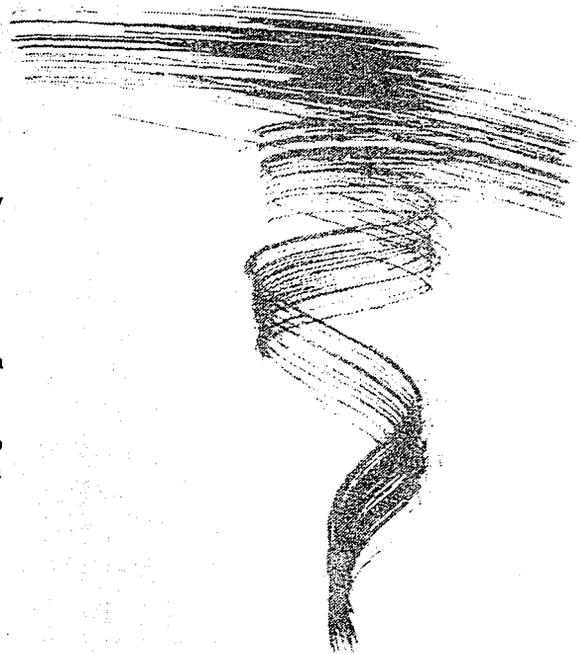
La diferencia existente entre las imágenes de la pintura y el dibujo, grabado, caricatura y la imagen fotográfica, es impactante y se observa una evolución en cada una de las áreas. La fotografía produce un efecto de realidad por ser un documento fiel y no manipulado por la mano humana.

La "noticia gráfica" nacería con la posibilidad de registrar un acontecimiento real transformado en documento y ser este reproducido en un número indeterminado de ejemplares

impresos, que más tarde llegarían a las manos de la gente.

El nacimiento de la telecomunicación se estaba dando de esta manera, cualquier hecho que ocurriera en el mundo, era capturado por el testigo-fotógrafo y tomaba forma evidente a los ojos de todo el mundo gracias a la imprenta, tal y como se había producido en la realidad.

La ventaja de la imagen fotográfica sobre "la imagen hecha a mano" era la garantía que existía, por primera vez de que "el individuo no intervenía" por lo tanto se afirmaba la seguridad de que la imagen llegaba: a) En estado puro, sin deformaciones voluntarias por las manos del ilustrador o el artista; b)Integra, el acontecimiento es efímero y no puede ser registrado con lujo de detalle por el artista; c)Verdadera, sin la distorsión de alguna fantasía individual y sin limitaciones manuales. Con estas características crece la fuerza de convicción de la fotografía como documento gráfico.



Surgía así técnica-robot de la producción de imágenes y con ella la garantía de verdad automática sobre el mundo la captura y retención de personajes y hechos de gran importancia y el dominio del tiempo, la posesión del instante congelado, nacía así el documento, el retrato, la instantánea, el álbum familiar de fotografías y después, la tarjeta postal y la revista ilustrada.

La fuerza de la imagen tiene su origen, en gran medida, en el mito de capturar y plasmar la realidad, por su propia naturaleza, el acontecimiento desaparece; la imagen-documento permanece.

De esta manera la fuerza de la imagen en el pleno de la cultura de masas, se deben a la participación de la fotografía como registro de la realidad y de la imprenta como el vehículo de difusión.

La ilustración fotográfica toma su lugar en el mundo de la imagen y llega a alcanzar simultáneamente la categoría de arte, de documento

científico y también el estatuto de un producto de consumo gracias al Marketing y a la publicidad masiva.

El diseño gráfico utilizaría abundantemente la fotografía como ilustración y con ello ampliaría su repertorio de recursos icónicos, junto a la pureza del dibujo a la abstracción de la ilustración gráfica, a la ironía de la caricatura y a la lógica del esquema, la ilustración fotográfica en tanto que otra forma de lenguaje visual, representaría la evidencia de lo real y verdadero más perfecto y más sugestivo que la realidad.

Aplicaciones de la fotografía en el diseño actual

Es casi imposible clasificar todas las tendencias que existen en la actualidad en el Diseño gráfico y citar a los grafistas que utilizan la fotografía como base de sus proyectos.

En casi todos los países industrializados surge de forma



Fotomontaje / Viejo con medias dim / Roman Cieslewicz 1976

general en el diseño y la publicidad el fenómeno del fotografismo, es necesario tomar en cuenta que el estilo de trabajo en los estudios de diseño o en las agencias de publicidad es el trabajo en "equipo", en donde varias personas ya sean éstas, fotógrafos, diseñadores o publicistas, aportan ideas o sugerencias a fin de conseguir los efectos deseados para que el resultado gráfico exprese la idea en forma óptima, para esto se necesita que el "equipo" esté preparado y al corriente de las nuevas técnicas de manipulación de imágenes aunque no se espera que sean expertos, pero sí con la suficiente capacidad para dirigir.

Se pueden destacar algunas tendencias principales como sería un "estilo americano" en donde se puede encontrar una mezcla de Pop-art e hiperrealismo dando aportaciones concretas como el cartel hippy que tuvo gran

aceptación en la década de los 50's y 60's por su originalidad en cuanto a impresión y producción en serie de estas obras y los grandes tirajes que se podrían realizar. En los años 60's se desarrolló el hábito de ver sin leer, incluso de oír sin escuchar realmente, en esencia esta fue una actitud mental; los mensajes llegan generalmente a través de los sentidos y se mezclan estilos contemporáneos y del pasado.

En términos generales la imagen se simplifica en cuanto a su composición, el mensaje se trasmite de forma directa con una o dos imágenes, al contrario de los fotomontajes de los años 30 y 40's en donde se ofrecía una lectura más compleja en el diseño, el problema creativo del grafista a diferencia del artista, es que la obra sufre imposiciones comerciales, que van destinadas a un público muy amplio y exigente además del propio cliente.

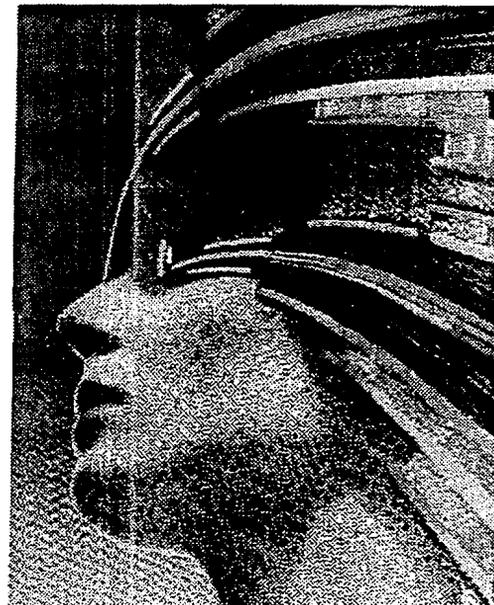
El grafista o director de arte debe tomar en cuenta todas las fases

del problema y transformación para que al comunicar la información cumpla su objetivo, la expresión tipográfica, la ilustrativa y la fotografía deben ser equivalentes, y el uso de todos los procesos de impresión tiene que estar al alcance del diseñador.

Podríamos también hablar del "estilo suizo"¹⁵ proveniente de las teorías Bauhaus o como el producido en la Escuela de Arte de Zurich y de un estilo propiamente italiano, sobre todo en los 70's generado en las escuelas de diseño de Millón y Novara.

Uno de los más importantes representantes en la evolución del fotografismo es el proyectista y arquitecto italiano Franco Grignani, quién realizó numerosos experimentos, distorsionando y fragmentando la imagen fotográfica.

Los japoneses también han creado una tendencia en el diseño, ligada estrechamente a la estética particular de su cultura, del diseño



la femme est l'avenir de l'Europe

Superposición de colores planos en una foto blanco y negro tramada / La mujer es el futuro de Europa / Roman Cieslewicz 1978

¹⁵ Fotografismo Publicitario / Tobias M Barthel Intern / Ed Gustavo Gill

japonés se podrían extraer las siguientes características: vitalidad, simplicidad, grafismo, elegancia en la forma y el color y materiales.

Es necesario mencionar un lugar especial para el "cartellismo polaco"¹⁸ no como una tendencia en el mundo del cartel, pero sí como una aportación con una personalidad muy definida.

Mientras el grafismo occidental cuenta con todos los medios técnicos y numerosas novedades (offset y procedimientos diversos de reprografía, película de color o con matices de sensibilidad o de durezas infinitamente variables) en Polonia los papeles y las tintas son escasos y de poca calidad y las posibilidades técnicas limitadas. Esto lleva a la búsqueda de efectos visuales más fuertes por los medios más simples y de esta manera crean un lenguaje propio.

Dentro de este panorama destaca la figura de Geslewic ocupando una de los primeros lugares en el diseño de carteles, en publicidad y grafismo, una de sus técnicas es la sobre exposición y el sobre revelado voluntario de la película, que, da como resultado un máximo de contrastes, recurre al humor negro y al absurdo, convierte elementos figurativos en signos gráficos.

El equilibrio, simetría, asimetría, son los elementos que constituyen su obra.

Manipula y transforma las fotografías, destruyendo y ampliando sus tramas, plasmándolas en sólo dos colores, el blanco y negro y en color.

Se podría pensar en clasificar una serie de obras por géneros según la técnica utilizada por estilos, más que por países y por artistas. Pero la calidad y la producción es tan diferente en ambos casos que no se darían una visión exacta del fotografismo actual.



Forzudos de Les Halles / 1982



Playboy de la sexta / 1982

¹⁸ *Los carteles, su historia y lenguaje*. Col. Comunicación Visual, Ed. Gustavo Gili Barcelona 72. p.p. 90-91

CAPITULO III



**Las tendencias artísticas del
fotografismo desde 1950**

“El fenómeno del diseño gráfico en general y concretamente en la publicidad, ha adquirido a lo largo de estos años una nueva dimensión, esto se ha venido canalizando, primero: por el influjo racionalista de las teorías del arte gráfico suizo, y segundo, por la influencia del grafismo americano.”¹⁷

Por otro lado, la publicidad se ha convertido en el símbolo de ese movimiento de intensidad que se ha apoderado del mundo moderno. Pero la comunicación publicitaria, invención surgida del campo de las artes plásticas, ahora modifica y revoluciona la actitud del artista, mezclando la emotividad de la imagen con el condicionamiento del individuo.

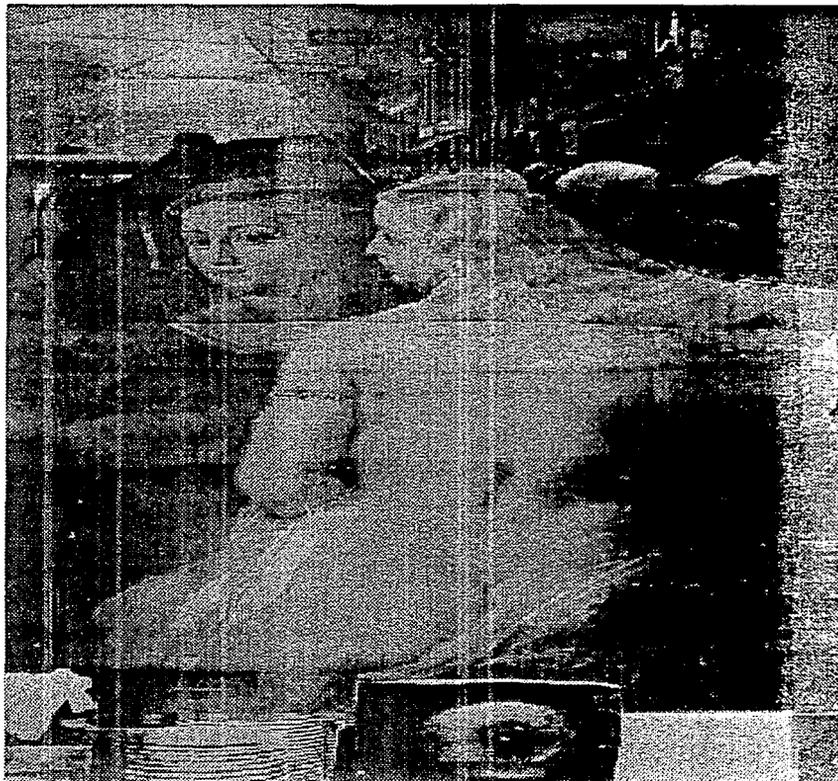
En los Estados Unidos, después

de la guerra, la publicidad surge como la ciencia de la motivación, valiéndose para ello de una extensa manipulación de la imagen y también de “Slogan”.

Poco a poco, y casi por todas partes, la publicidad seguirá una orientación psicológica en tres ramas diferenciadas: Publicidad institucional y de prestigio, Publicidad Comercial en relación con el producto/servicio y Publicidad de tipo humanitario (por ejemplo las campañas publicitarias contra las drogas o las ecologistas correspondientes a la salud).

Gracias al impulso y desarrollo de los medios de comunicación como la televisión, el cine, las revistas y carteles. La publicidad adquiere un nuevo estatuto sobre la creación puramente artística convirtiéndose en una obra efímera o más bien un producto de consumo.

Así entonces podría definirse a la Publicidad como una manifestación del mundo actual, en donde intervienen la economía,



Oleo y Serigrafía sobre lienzo / Persimmon / Rauschenberg / 1964

¹⁷ *Graphic Design Manual* / Armin Hoffman / Ed. Arthur Teufen / Suiza 1965-pag. 88

la invención, la imaginación y la psicología del consumo.

En los Estados Unidos la publicidad adquiere una gran difusión y en su afán de llamar la atención, de deleitar y de ilusionar se confunde, y se convierte en un medio de promoción que invade la prensa, las revistas y la calle. La imagen tiende a ejercer una sugestión mental de simplificación y condicionamiento, cuyos efectos en algún nivel insensible al consciente, son buscados poco a poco para producir un uso de medios cada vez más violentos y sofisticado. Dentro de este panorama, y en función de esta nueva psicología publicitaria, la fotografía se convierte en el elemento invasor del mundo gráfico. A fin de crear un estilo particular para cada caso, y para aumentar el poder expresivo de la imagen se comienza a eliminar todo lo superfluo de ésta, y a darle valor a lo esencial.

En este nivel se apartan el valor propio de la obra fotográfica, o su

valor como representación figurativa, para transformarse en material de creación gráfica. Es entonces cuando se utilizan algunas técnicas, la imagen fotográfica se puede transformar y modificar en múltiples vías de expresión.

Utilizadas con un propósito creativo del grafista, las diferentes técnicas de laboratorio y la inmensa gama de innovaciones de material fotográfico que han surgido desde los años cincuenta, permitirán la obtención de efectos poderosos e innovadores. Es por este motivo que fotógrafos y grafistas deben, en este punto, poseer un amplio conocimiento de toda esta nueva tecnología y colaborar en estrecha relación, incluso con especialistas de otros campos en la realización de mensajes cada vez más creativos.

Hemos visto como en el período anterior casi hasta los años cincuenta, el fotomontaje, el fotograma y la foto coloreada, eran

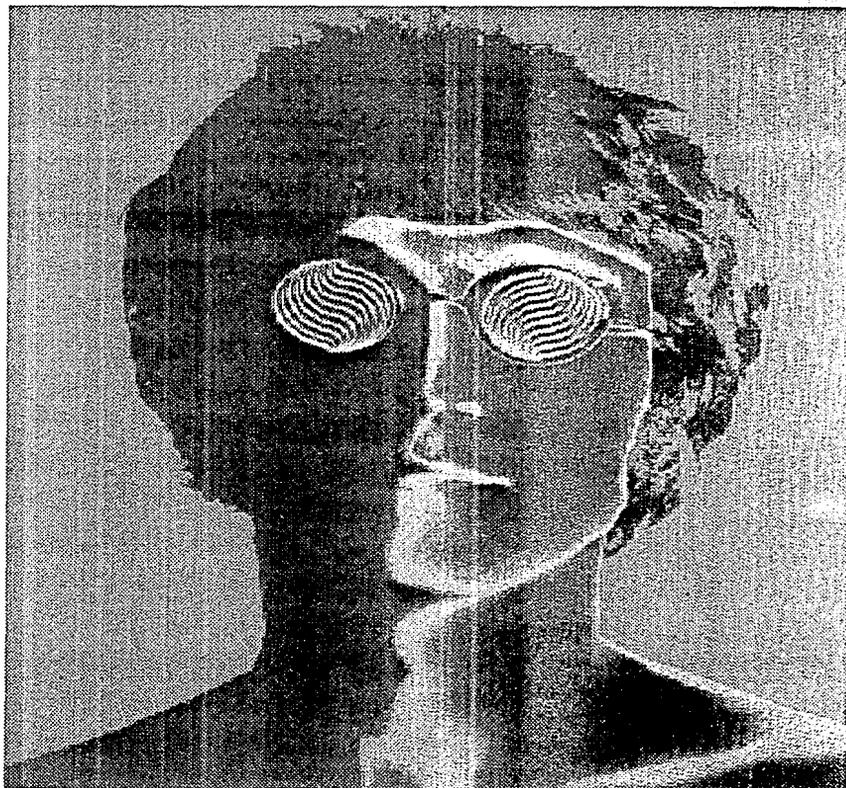


Foto blanco y negro color aplicado por transferencia de tintas / John Lennon / Richard Avedon / 1968

básicamente las únicas manipulaciones que se daban dentro del fotografismo.

Hay muchas técnicas de laboratorio que se pueden utilizar después de tomada la foto, y que nombraré brevemente más adelante.

El doble o múltiple positivado, la tonalidad sepia (virados) es también muy común a partir del estudio de fotografías antiguas, y siempre es posible añadir un cierto movimiento al sujeto desplazando el papel de copia durante la exposición (fotodinamismo). La reticulación es el efecto de calor excesivo sobre la emulsión de la película y aunque se produjo originalmente por accidente se utiliza para conseguir un efecto definido. Sin embargo, tal efecto es por ahora incontrolable, y aunque el resultado es producido en la emulsión del negativo, esto lo inutiliza para cualquier otra finalidad.

La solarización es una combinación de imágenes negativas/positivas y se obtiene exponiendo la película a la luz en la mitad del proceso de su revelado. El bajo relieve, que da una impresión de grabado, se obtiene con un positivo duplicado en la película, del mismo tamaño del negativo original, y positivándolos superpuestos con un cierto desajuste.

También están los efectos de trama/muaré (efecto de interferencia que se produce en la imagen, si se usan ángulos muy semejantes en la impresión), grano, movimiento del zoom, etc.

Todas estas técnicas han surgido de forma experimental en el laboratorio fotográfico, y han sido controladas y aplicadas posteriormente en el diseño gráfico, para crear determinados efectos plásticos.

Por otro lado tenemos, el inmenso avance tecnológico en material fotográfico que se ha producido en este período, y que ha invadido el

mercado de forma vertiginosa (papeles sensibles, películas, filtros, ampliadoras, cámaras, especiales, objetivos y accesorios de todo tipo), esto en consecuencia nos lleva a revolucionar radicalmente el campo de posibilidades gráficas y ha abierto nuevos caminos a la creatividad y al lenguaje visual.

En el período que va desde 1950 hasta nuestros días, el mundo del arte, la publicidad y el diseño, ya son áreas plenamente autónomas y bien delimitadas, con un desarrollo tal vez paralelo. Sin embargo, las relaciones entre ellos continúan siendo estrechas en algunos aspectos, y a menudo ocurre que el estilo de tal corriente artística nutre o tiene tendencias a la publicidad y viceversa.

Es necesario revisar las tendencias artísticas más relevantes de este último período, ya que el Arte se ha vuelto parte de la Publicidad y poder trazar algunos paralelismo entre sus distintos estilos y el nuevo estilo

que ofrece el fotografismo concretándose muy específicamente en las diferentes técnicas que utiliza.

Max Ernst, con su exposición de "Collages" en París (1920) se convierte en cierto modo en el precursor del Surrealismo. **"Bretón, Aragón y otros Dadaístas se encuentran así ante una nueva clase de Imagen poética."**¹⁸

El surrealismo se define en el primer manifiesto surrealista como puro-autómata, como el pensamiento dictado en ausencia de todo control ejercido por la razón, y fuera de todas las preocupaciones estéticas y morales. Los surrealistas también utilizaron los métodos Dadaístas de la yuxtaposición y la sorpresa, al ver una asociación insólita de elementos surreales, la vitalidad de este movimiento es todavía patente en nuestros días. **"El surrealismo estaba basado en la creencia en una realidad superior de ciertas formas de asociación o en la omnipotencia**

¹⁸ *Función del Cartel / Josep Renau / Fernando Torres / Valencia 1978 / pag.41*

del sueño y en el juego desintelectualizado del pensamiento".¹⁹ Las artes plásticas solo fueron una de las actividades del surrealismo.

Más energía se dedicó al campo de la poesía, de la filosofía y de la política.

Sin embargo, gracias a las artes plásticas se impuso de un modo más directo esta nueva tendencia.

Es cierto que esta corriente aporta avances poco espectaculares, en el fotografo y el diseño gráfico, ya que fundamentalmente continúa la línea Dadaísta, es importante por el nuevo estereotipo de agrupación o formación que ofrece con la plasmación de los sueños y todo lo relacionado con el más allá. Los diseñadores utilizan el surrealismo por varias razones, se puede presentar una idea de varios

modos simultáneamente, además del impacto que ofrece el contraste de la imagen.

Veremos más adelante como este tipo de imagen va a ser muy utilizado en el campo publicitario, ya que se trata de una imagen impactante, y por lo tanto atractiva y particularmente recordativa en la mente del consumidor.

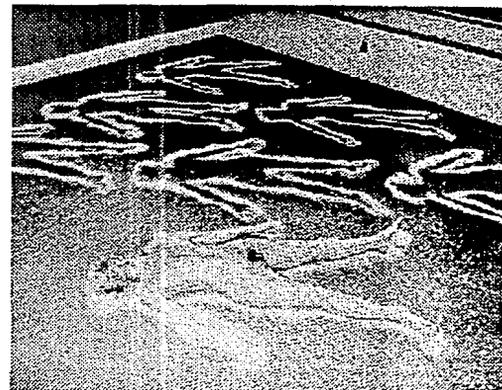
El *cubismo*, el *futurismo* y el *constructivismo* fueron las corrientes artísticas que influenciaron o estuvieron de algún modo en la base creativa de los fotomontadores del anterior periodo. De estas surgió la abstracción que a su vez desembocó nuevas tendencias y formas plásticas que se reflejaron en el campo del grafismo y en la fotografía.

Es importante ver aquí la estrecha relación entre el surgimiento de la abstracción en el mundo del arte (pintura, escultura, etc.) y la aparición de nuevas técnicas de laboratorio en la fotografía, y que

en gran medida representan formas de abstracción de la imagen fotográfica, figurativa por naturaleza. "Las solarizaciones, las fotos quemadas, los bajos relieves, estarían dentro del contexto fotográfico abstraccionista".²⁰

En EU surgen dos nuevas tendencias: el *op-art*, como reacción al *pop-art*, el cual después será analizado, y el *arte Cinético*, también naciente en otros países de Europa. Se puede afirmar en general que estas corrientes surgieron de las teorías racionalistas de la Bauhaus, la cual se consolidó en los Estados Unidos después de la II Guerra Mundial.

El *op-art* es una "tendencia formalista -forma y color- que debe su nombre a la expresión de *Optical art* se trata de una reacción antisurrealista"²¹ y se caracterizaba por su culminación en una orientación de bandas y superficies de color, conforme a investigaciones de Roth Ko, que asociaba color y estructura, se



Leskrims



Florence Henry / Composición con espejo / 1928

¹⁹ *Tratado Surrealista* / Rene Prevoisin / Ed. Madrid 1972

²⁰ *Fotografismo Publicitario Internacional* / Tobias M.B. Ed. Gustavo Gili / Barcelona 87-89 / pág.114

²¹ *Principles of visual perception* / Carolyn M. Bloomer / Van Nostrand Reinhold Co. / E.U.A. 1976-pag 94

disponen colores puros en formas geométricas simples pero dispuestas a veces en estructuras complejas: La fotografía de Franco Fontana está plenamente en esta línea, siendo el color y la superficie la base de su diseño fotográfico.

El op-art fue completado por los recursos luminosos cambiantes de la cinética que abría un campo mayor de variaciones.

El arte Cinético es “el arte del movimiento considerado bajo las formas más diversas: el movimiento producido por fuerzas naturales, el movimiento mecanizado y el movimiento provocado por la intervención del espectador, movimiento óptico o ilusorio”.²²

Los principios del “cinetismo” como lo llamó Vasarely, se elaboraron en 1950. En 1955, la galería Denise Rene, de la que fue fundador, presentó la primera

exposición de este movimiento que se calificó como “arte luminocinético”.

El artista venezolano J.R. Soto y el italiano Pistoletto, trabajan con las categorías del movimiento óptico y del movimiento provocado por el espectador. Sus creaciones nacen de una utilización muy suave del efecto “muaré”, superficies espectaculares y de otros efectos ópticos producidos por los nuevos materiales como el plexiglás, el aluminio, etc.

Es dentro de este campo donde podemos situar también las técnicas fotográficas de tramas (en puntos, rayas, efectos de muaré por superposición), el barrido, los movimientos de cámara en la toma o del papel sensible durante la exposición del negativo, y las distintas posibilidades de obturación del objetivo de la cámara.

La aplicación publicitaria de estas técnicas cinéticas es inmensa, incluso en trabajos tridimensionales como paneles de

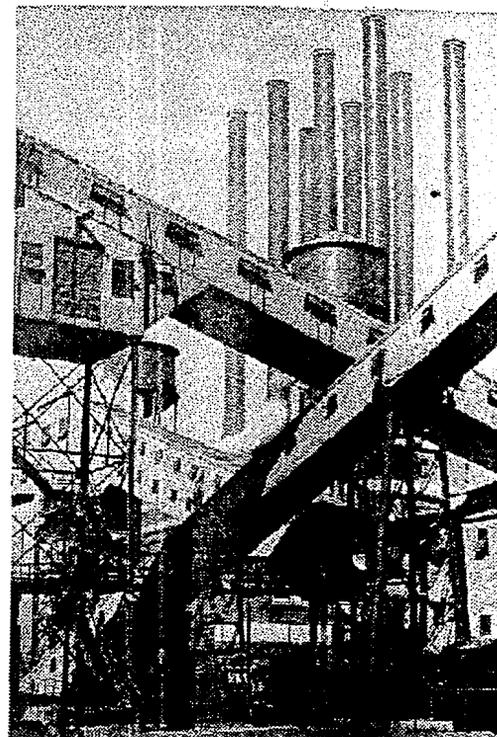
exposición y señalización, envases, embalajes y espectaculares.

En una breve revisión sobre el fenómeno del *pop-art*, que puede decirse que de modo contundente ha revolucionado las artes gráficas, y se podría decir que éste y la publicidad le han servido de base para su creación y desarrollo.

El término *pop-art* se refiere a un acontecimiento estilístico ocurrido en el arte occidental, aproximadamente entre 1956 y 1966 en Inglaterra y Estados Unidos.

El arte pop se caracteriza, por un lado, por ser realista y figurativo, por otro lado está la idea vital de que el artista debe tratar su mundo contemporáneo y referirse a las ideas y objetos del período en que vive.

El pop tiene sus raíces en el medio ambiente urbano y no sólo eso, sino que contempla aspectos especiales de éste como las revistas de Cómics, la fotografía y



River Rouge / Charles Sheeler / 1927

²² Principles of visual perception / Carolyn M. Bloomer / Van Nostrand Reinhold Co. / E.U.A. 1978-peg 94

los anuncios publicitarios de todo tipo. Se hace patente, cómo la fotografía tiende también en esta corriente a presentarse como imagen de impacto y atracción poderosa de la atención del espectador .

La representación del "motivo" en el Pop es además asombrosamente literal (especialmente la obra de Andy Warhol y Roy Lichtenstein) y para ello que mejor que una fotografía, portadora en sí de la imagen misma de la realidad.

"Tom Wesselman reúne, en un tremendo efecto de ilusión, objetos reales, fotografías y estilizaciones publicitarias cargadas de erotismo, así como Rauschenberg y el francés Raysse, que trabaja combinando realidades cotidianas de portadas de revistas ampliadas y fragmentadas de coloridos crudos y simplificados".²³

²³ El pop-art, *Imaginación sin límites* / Andrew Neumann / H. Blume / Madrid pp 82

Todas las técnicas utilizadas en el fotografismo son válidas en esta tendencia. La foto es manipulada hasta el extremo con tal de conseguir un efecto impactante y sorprendente. Además, ahora la tipografía, la caligrafía, el dibujo, la ilustración, el graffiti y todo tipo de texturas, se unen y superponen a la imagen fotográfica.

El color es igualmente manipulado en todas sus dimensiones: virados, fotos coloreadas y pintadas a mano o con el aerógrafo, solarizaciones, bitonos, ampliación de la trama, serigrafía y un sinnúmero de posibilidades.

Los recortes publicitarios y fotografismos propios del arte gráfico, son utilizados muy comúnmente por los artistas en sus obras, de esa época, ya sea improvisándolos, transformándolos e integrándolos a la idea que deseaban expresar.

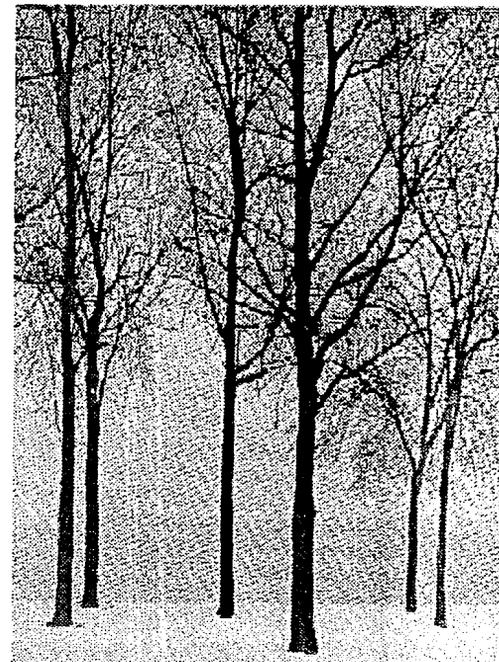
Creo que resulta difícil señalar una división de donde proviene la influencia hacia una u otra área, ya

que todo tiende a entremezclarse, se podría preguntar si el *Arte pop* se sirve del fotografismo y del diseño publicitario o es al contrario.

Este movimiento tiene su culminación en el *Hiperrealismo* o nuevo realismo que se desarrolla después de 1962. De hecho el *pop-art* tiene en ello un papel determinante.

La mezcla entre pintura y fotografía llega a su máxima expresión con las pinturas hiperrealistas que se basan directamente en fotografías, unas veces encontradas (prensa, revistas, carteles, postales, imágenes cinematográficas y televisivas) y otras tomadas por el artista.

A menudo el artista trabaja con una cámara polaroid ya que no necesita la técnica y calidad sofisticadas para sus fines, que no son sino la imitación del original fotográfico, en su forma y color, pero por medio de la pintura.



Chicago / Harry Callahan / 1950

De esta manera se observa que el nexo realmente importante entre diseño gráfico y arte llegó con la nueva pintura americana y en particular con las dimensiones de los murales gigantescos. Quizá los cuadros grandes y las vastas carteleras de los EU; en parte resultado de la necesidad de comunicar con más fuerza y como medida para enfrentarse al incremento de la velocidad, hicieron que gigantescos carteles imitaran al cine en las distintas versiones de pantalla panorámica.

Este tipo de carteles gigantes están plenamente dentro de esta corriente realista tan característicamente americana, y que cubren las fachadas de la arquitectura urbana, creando una forma de decoración basada enteramente en el idioma popular.

Actualmente el diseño gráfico, como otras actividades, está sufriendo cambios profundos, debido a la introducción de la electrónica, y por consecuencia el diseño computarizado, con la

computadora un nuevo método de trabajo, distintas posibilidades gráficas y nuevas estéticas se presentan ante el diseñador. La posibilidad de crear nuevas imágenes, manipularlas y transformarlas a gran velocidad, animarlas etc., abren nuevas alternativas creativas.

También es posible almacenar y digitalizar (convertir en forma numérica) una imagen real capturándola a través de video, y congelarla en la pantalla para posteriormente manipularla en su forma, color, sombra, brillo y numerosos efectos especiales.

Se puede también pintar y aumentar obteniendo una imagen "pixelada" o tramada. "El pixel es el elemento menor (un cuadro) que forma una imagen en pantalla, y que al ampliarlo produce este efecto de contornos quebrados o escalonados, y su superficie como una trama de cuadros con distinto color y luminosidad".²⁴



Fotomontaje / Football Politico / Rodchenko / 1930

Origen del fotografismo

Aplicación del fotomontaje en el Diseño gráfico:

La manipulación de la imagen fotográfica es tan antigua como la fotografía misma, los primeros fotógrafos se veían obligados a recurrir a diversas mañas a causa de las limitaciones técnicas de sus aparatos y materiales, así la invención de "Collage" por los cubistas, sería antecedente del fotomontaje.

Para finales de 1800 se dan los primeros pasos en fotomontaje. A través de la manipulación de los materiales fotográficos se consigue representar lo imposible y dar apariencia real a imágenes inverosímiles o fantásticas. Además de fotografías ya impresas, recortadas y pegadas, se utiliza la sobre impresión.

En el momento en que la fotografía comenzó a tener un desarrollo industrial, la publicidad que la impulsaba se centró en su aspecto espectacular y en el elemento mágico o de truco que contiene.

"El fotomontaje pasa a ser un género artístico con una finalidad alegórica y moralizadora y encuentra una difusión popular notable a través del cartel y de la postal de tema humorístico, patriótico, turístico o sentimental."²⁵ Aquí los "trucos" encuentran un espacio libre de limitaciones para toda clase de desarrollos y experimentos.

El primer movimiento que ha hecho un uso verdaderamente nuevo de la imagen fotográfica ha sido el Dadaísmo en Zurich, cuyos experimentos fueron posteriormente recogidos, profundizados e incluso teorizados por los Dadaístas de Berlín.

El movimiento Dada no nace como una oposición o superación de

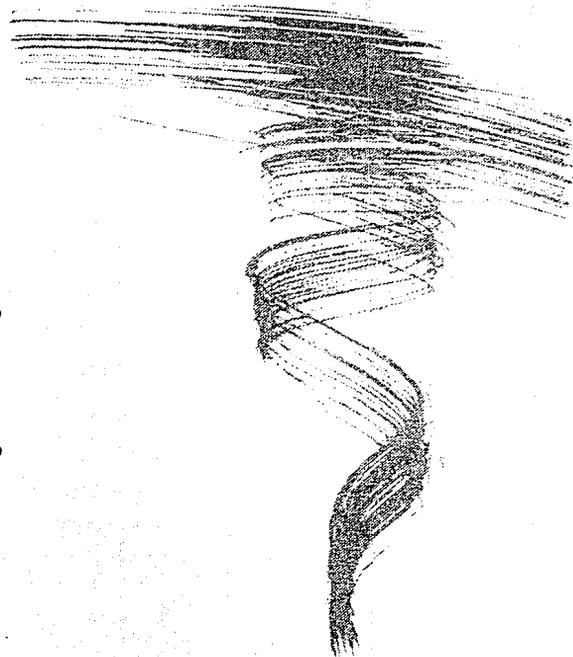
cualquier corriente artística precedente ni se basa en un estilo formal sobre unos principios sino como una antítesis, revolución radical contra los conceptos generales del arte, la literatura, el orden social y las instituciones.

Los artistas que se integran a este movimiento provienen en muchos casos de otras experiencias de vanguardia como el expresionismo alemán, el futurismo italiano y el cubismo francés.

En 1914, Zurich se convierte en el punto de encuentro y lugar de exilio para muchos refugiados políticos de Europa. Aquí nacen los primeros manifiestos Dadaístas de los cuales se pueden extraer algunas ideas fundamentales como:

"-El primitivismo y la espontaneidad creativa, como actitud básica.

-La posibilidad de crear y desarrollar infinitas y nuevas figuraciones.



²⁴ El retrato / Col. Foto-como hacerlo / Inst. Parraman Ediciones / Ed. Valencia 1976.

²⁵ Historia del dadaísmo / Hans Richter / Ed. Nueva Visión / Buenos Aires / Col. Ensayos, Arte y Estética: Argentina 1973.

-La continua disponibilidad para volver a poner todo en cuestión.

-La imperiosa necesidad de una radical revuelta personal.

-El ataque contra el concepto burgués del valor estético y económico de la obra de arte, así como contra el mito del arte y del artista.”²⁶

La fotografía se integra en este momento, al mundo del arte, como un fragmento de la realidad. El fotomontaje utiliza imágenes ya existentes. Dentro de esta violenta ruptura que supone el Dada, el fotomontaje aparece casi siempre como una provocación visual.

El Dadalismo

En Berlín, el movimiento Dada nace oficialmente en febrero de 1918, retomando las ideas nacidas en Zurich. “Berlín se convierte

en una ciudad rica en innovaciones y lugar propicio para el desarrollo de las nuevas ideas. Las contradicciones de la sociedad, el estado de crisis, las continuas sublevaciones populares, el eco de todo cuanto sucedía en Rusia, estimulaba a los artistas a vivir el arte y la cultura de un modo antiacadémico y no tradicional”.²⁷

Los fotomontajes elaborados en Berlín alrededor de 1920 se distinguen por algunas características: “desde el punto de vista de la composición se nota la marcada intención de reflejar una realidad disgregada y conflictiva; son evidentes asimismo los influjos futuristas y cubistas, pero sobre todo, la presencia constante del paisaje urbano, la herencia de la guerra, la lucha de clases y la contraposición de lo nuevo con lo viejo”.²⁸

Los personajes, casi todos conocidos, muestran una realidad concreta. Se trata de políticos,



Fotomontaje / Pro Eto / Rodchenko / 1923

²⁶ *Historia del Dadalismo* / Hans Richter / Buenos Aires / Ed. Nueva visión / pp.115

²⁷ *Idem*

generales, prusianos, actores de cine, intelectuales. El fotomontaje se transforma aquí en un género crítico-satírico. Junto al uso de fotografías también hay que recalcar la importancia de los cortes tipográficos y de ilustraciones.

De esta manera se puede confirmar que el fotografismo nace a finales de la 1ª Guerra Mundial, a través del fotomontaje y ligado a la ruptura de la nueva generación Dadá.

Una de las personas más activas de este movimiento fue Raoul Hausman, él decía **“La idea de fotomontaje se ve sensiblemente simplificada en razón de su campo de aplicación que es sobre todo el de la propaganda política y la**

publicidad comercial”²⁹, el fotomontaje es revolucionario al igual que su contenido, su forma es llamativa por la utilización de la fotografía y textos impresos que juntos se transforman en una imagen de impacto.

“A partir de los años veinte el fotomontaje se desarrolla también en algunos países de la Europa Oriental con una personalidad propia. Sobre todo en Hungría, Polonia, Checoslovaquia, aparecen autores y movimientos destacados”³⁰, elaboraciones fotográficas y técnicas originales de Collage se aplican en el diseño gráfico, el cartelismo, la edición y la propaganda política.

Polonia fue también, entre los años veinte y treinta, uno de los países en los que se desarrolló ampliamente esta técnica.

“Aquí la tradición futurista tuvo una notable significación en las obras de artistas como Szuczuka y Mieczalaw Berman.

La producción de este último está dedicada en gran parte a los temas políticos y es importante tener en cuenta su formación profesional como diseñador técnico (o compaginador), con lo que sus trabajos muestran un gusto por la precisión y el método”³¹.

Desde un punto de vista formal se aprecia en él, un gusto por el uso gráfico y geométrico de la escritura, la fotografía y los espacios coloreados que se pone en relación en el conjunto de su producción.

Dentro del cartelismo político Español encontramos al valenciano Josep Renau, el realizó nuevos experimentos en el fotomontaje, el cine, el cartelismo y el diseño de animación.

En Italia el fotomontaje, entendido como una nueva técnica experimental y un instrumento para nuevas soluciones en el campo de la comunicación visual, se da especialmente entre los futuristas.



FotoCollage Retrato de un Poeta / Raoul Hausmann / 1919

²⁹ Historia del Dadáismo / Hans Richter / Buenos Aires / Ed. Nueva Visión / p.p. 137

³⁰ Los carteles, su historia y lenguaje / Col. Comunicación visual / Gustavo Gili Barcelona 1972 /pág.187

³¹ Idem p.p.192

³¹ Idem p.p.207

Una figura también importante en el ámbito del fotomontaje es la del alemán Marx Ernst.

Su actividad abarca sin embargo, un amplio campo: la escultura, la poesía y el cine. Experimenta constantemente con nuevas técnicas gráficas, como por ejemplo "el Frotage y el Décaupage-Collage", como él llamaba al fotomontaje. "El Collage representa para Ernst en cierta medida la conquista de lo irracional (lo inconsciente y lo fantástico), y en esta óptica su obra anticipa el surrealismo y se opone a Herar Field y a todos los que concibieron el fotomontaje como un intento de figuración realista".³²

Un período muy significativo para el fotografismo es el que abarca

³² *Fotomontaje / Dawn Ades / Ed. Bosch / Barcelona 1977*

³³ *El Pop-Art. Imaginación sin limitación / Andrew Newemann / Ed. Blume Madrid. 1992*

³⁴ *Fotografismo publicitario Internacional / Tobias M. Barthel / Ed. Gustavo Gili, Barcelona 87-89 / pág.161*

³⁵ *Idem p.p.189*

los años comprendidos entre 1930 y 1950 especialmente en Suiza, este país fue el que siguió más de cerca la evolución de la escuela Bauhaus que fue reorganizada en los Estados Unidos.

"La Bauhaus supuso no solo un cambio en el Diseño, sino también una transformación del diseño en la sociedad y en último término, hasta una transformación de la cultura al igual que la de la sociedad".³³

Conclusiones sobre el periodo Dadaísta

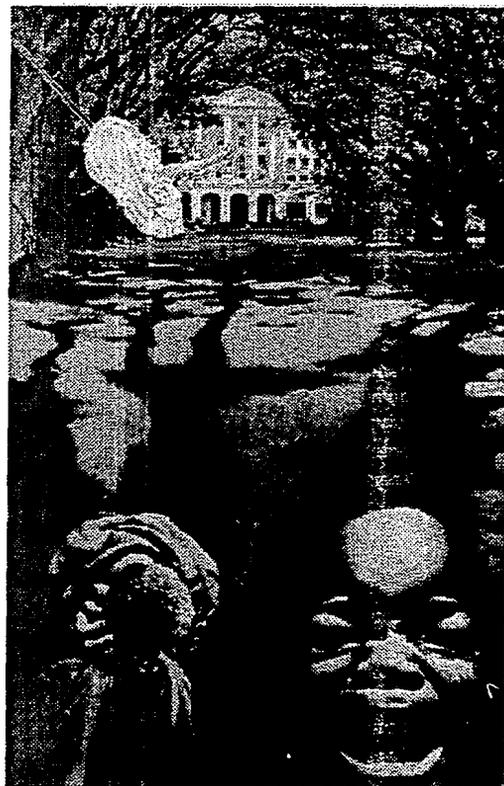
Después de este recorrido a través de los inicios del fotografismo, así como su evolución, concretamente en el ámbito del fotomontaje, podemos extraer algunas de las ideas fundamentales: "el cubismo, en su afán de buscar lo sorprendente, lo innovador y el interés del juego impulsó a Braque y Picasso (1911-1913) a trabajar el collage asociando voluntariamente elementos de materiales de origen muy diver-

sos para obtener un efecto plástico, esta idea se convirtió luego en la esencia de la publicidad".³⁴

Durante la guerra, Grosz y Heartfield, a partir de recortes de revistas, inventaron un nuevo medio artístico, usándolo con fines satíricos de combate. "Así nació el estudio de los Grozz Heartfield Works, hecho para lanzar un reto a la pintura. El fotomontaje valoraba a la vez en forma de contradicción y de acuerdo, la técnica mecánica y el valor creador del hombre".³⁵

También fue muy relevante la aportación de la Bauhaus de figuras como Moholy-Nagi, Manray, Herbert Bayer y posteriormente la obra de Herbert Matter en Suiza.

Desde entonces, el campo del fotografismo y el uso del fotomontaje no ha hecho más que ampliarse, sobre todo desde que la publicidad se ha lanzado a hacer un uso cada vez más exhaustivo de este procedimiento.



Fotomontaje / Contra el racismo / Josep Reneau

Actualmente un 70% de las formas de expresión publicitaria recurren a la fotografía para transmitir una información visual, ya sea verosímil, impactante o persuasiva. Aparte de las fotos específicas interesantes en sí mismas, que han sido previamente preparadas y elaboradas, o aquellas en que el lema aporta toda la fuerza, el fotógrafo se ve obligado a resolver los problemas de representación de motivos, en principio comunes, de modo que adquieran un aspecto más atractivo para el espectador-consumidor. Para ello recurre a todos los medios técnicos a su alcance intentando dar un poder más expresivo a la imagen.

“Esto se hace muy palpable a partir de las influencias fotográficas, en la primera mitad del siglo xx, en todo el material gráfico que se va a producir, tanto el de tipo político (carteles, panfletos, periódicos)

como el de tipo comercial (carteles, anuncios, envases, marcas, prospectos, etc.) y en general en todo el diseño gráfico”.³⁶

Tampoco se puede hacer una subdivisión de los distintos tipos de proyectos gráficos, ya que la fotografía se utiliza indiferentemente en el diseño de marcas y logotipos, envases y embalajes, anuncios en Prensa, revistas y carteles, portadas de discos, cubiertas de libros, folletos y catálogos, tarjetas y en diseños tridimensionales como paneles de señalización, exposiciones y Stands.

Sin embargo se puede analizar el problema del diseño, que es básico para el fotógrafo;

El diseño gráfico, en la rama publicitaria se encuentra dentro del fenómeno de la comunicación emisor-receptor y concretamente en la propaganda comercial, productor-consumidor. El trabajo consiste en crear y comunicar un

mensaje que además de ser original e interesante, deberá proyectar una imagen que produzca en determinados sectores de la población, una reacción positiva hacia el producto publicitado, la publicidad habrá de ser eficiente, debe contener en su mensaje, una imagen que impacte, tenga mucha creatividad y a la vez originalidad, la calidad estética y la relación psicológica, también deberán estar presentes. Se puede decir que la aportación personal del creativo se limita a escoger y combinar una serie de elementos gráficos y fotográficos, y manipularlos con técnicas determinadas para conseguir efectos visuales más o menos novedosos. No se trata solamente de lograr imágenes estéticas, sino aquellas que expresen mejor una idea o la esencia de un producto.

Primero debemos analizar el problema: qué es lo que hay que comunicar o vender, y a quién va dirigido. Esta información normalmente la proporcionan el cliente, el creativo de la agencia



Fotomontaje / Estatua de la Libertad / Josep Reneau

³⁶ *Fotografía publicitaria I*, Tobias Barthel / Ed. Gustavo Gili S.A., Barcelona 1965

de publicidad o un departamento de marketing.

Posteriormente el producto debe ser estudiado desde todos sus puntos, para así plantear una estrategia publicitaria, que se adaptará a los medios técnicos y económicos, de que se disponen. Aquí el grafista inicia su labor y dispone de las diferentes posibilidades expresivas que estén a su alcance.

La decisión de utilizar la fotografía o el fotogramismo, se determina por la solución a que se haya llegado en el proceso creativo. De aquí surgirán los primeros bocetos (o pruebas de laboratorio, contactos de negativos) pasando por bocetos de mayor acabado, hasta llegar a los originales finales.

La imagen publicitaria se ha convertido dentro de nuestra ciudad, en un paisaje cotidiano y

dominante, cuyo objetivo es captar la atención y el interés del individuo a quién va dirigido el mensaje.

El proceso de esta imagen sería, informamos sobre el objeto o alguna cosa promocionada, crear un ambiente, se evoca un sentimiento o se suscita una emoción, y todo ello referido a algo. **“Todas las connotaciones de las imágenes creadas, deben estar muy cuidadas por el grafista a fin de provocar el efecto deseado”**³⁹. Casi siempre la manipulación fotográfica es eficaz para alcanzar óptimamente este proceso.

“Una imagen publicitaria debe ser redundante, no sólo con respecto al texto, sino también en su propia estructura representacional, esto es que debe ser novedosa y original”.⁴⁰

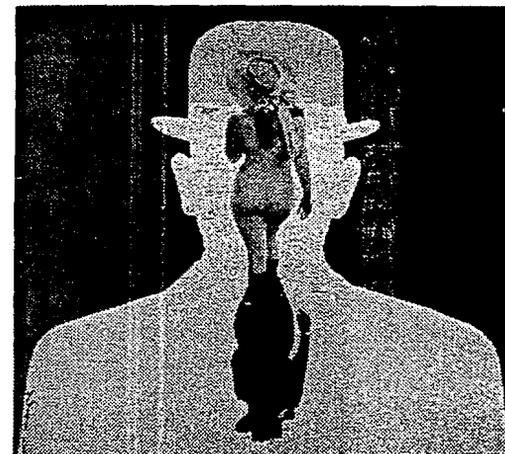
En que nuestra metrópolis, la imagen fotográfica juega un papel muy importante, si analizamos o simplemente observamos los carteles o la publicidad en general

que recibimos de la prensa o revistas, nos damos cuenta que la imagen fotográfica prevalece de manera rotunda.

Los elementos tipográficos y la ilustración gráfica tienen en un amplio campo de proyección, pero es evidente que la foto los ha superado.

Tal vez esto se deba a que posee un mayor poder de comunicación directa con el público en general, porque resulta más veraz. Actualmente podemos ver anuncios o diseños, en donde toda la superficie está ocupada por una fotografía y apenas aparece un breve texto, aquí el grafista ha dejado de pensar, en proyectar un espacio determinado para el titular o el texto, ahora éste está en un plano, integrado en el mismo mensaje fotográfico.

Esta sería la culminación del fotogramismo, entendido como el diseño que manipula la fotografía en busca de una expresividad diferente y personal.



Sandwich de transparencias / Henry Wolf (Diseñador y fotógrafo)

³⁹ *Artes Gráficas para dibujantes y técnicos publicitarios / Col. Aprender haciendo grafismo / Inst. Parramon Edit. Barcelona 1980 / pág.67.*

⁴⁰ *Ibidem p.p.89*

CAPITULO IV



El fotógrafo y el Diseño Gráfico

Después de analizar los temas anteriores podemos hablar del diseñador como fotógrafo, a través de la historia podemos observar varios ejemplos de cómo los diseñadores han utilizado la cámara o el laboratorio como herramientas vitales en el proceso creativo, no se trata con esto que el diseño pase a convertirse a su vez en una disciplina auxiliar para el fotógrafo, sino de considerar el acto fotográfico, como un acto de diseño.

Para el fotógrafo, el diseño podría entenderse como la acción de disponer, acomodar, arreglar, etc. los elementos gráficos en determinadas formas en base a ciertas finalidades de comunicación visual.

"Hasta mediados del siglo XIX la configuración gráfica combinaba colores y formas mediante la manipulación de pigmentos y soportes"⁴⁸, en cambio en la fotografía la configuración consistía en recortar un entorno visual que se presentaba como una sola pieza, reduciéndolo a un conjunto visualmente ordenado por eliminación de elementos sobrantes, al cual se le llamó: El encuadre.

Este elemento vendrá a ser de gran importancia dentro de la fotografía ya que a veces de él dependerá si no es que en la mayoría de los casos, el elemento fundamental en la fotografía, para presentar una imagen de manera diferente, personal, la cara que le interesa presentar al fotógrafo.

Si bien es cierto que posteriormente con trucos o efectos, la fotografía pasaría de ser una imagen común en una imagen manipulada en el laboratorio, con el encuadre que

se seleccione se logrará dar todavía más el mensaje que se desee, a través de lo que uno desee dar a observar, tal vez imágenes definidas o sencillas, claras o tal vez abstractas, parecería lógico considerar más fotográfica aquella fotografía de mayor abstracción, es decir, de mayor dificultad el reconocimiento de la imagen.

La razón simple es siempre una de las cualidades de la fotografía, que goza de la credibilidad de las imágenes en las personas, ya que es un registro de la realidad, así podríamos decir que el indicador de fotografismo sería la abstracción, esta sería medible no sólo en el grado en el que es perceptible la imagen sino también responderá a los convencionalismos culturales de la época. Un ejemplo de esto sería la fotografía de Robert Capa llamada "Desembarco en Normandia".

La granulación y el desdibujamiento de la imagen eran considerados en la época de su

realización como defectos que perturbaban la noción de realismo, obviamente estos "defectos" no pertenecían a la realidad, pero Capa los introdujo a su lenguaje fotográfico alegando que precisamente esos "defectos" añadirían expresividad y contundencia al mensaje.

Hoy en día estos efectos no se considerarían defectos y ningún fotógrafo consideraría que desfiguraría la realidad.

En la fotografía encontramos varios tipos de creación fotográfica, uno de estos tipos sería aquella que se denomina representativa,⁴⁹ y es cuando se transpone el objeto natural según lo exija la imagen, pero siempre manteniendo la forma, por el contrario se encontraría la denominada "Creación fotográfica absoluta"⁴⁹, que básicamente desfigura toda imagen de la realidad.

Se puede sintetizar que, el fotógrafo se parece o se acerca al

⁴⁸ *Artes gráficas para dibujantes y técnicos publicitarios* / Col. Aprender haciendo grafismo Inst. Pamano / Barcelona 1980 / pág. 89

⁴⁹ *La fotografía: un arte intermedio* / Ed. Nueva imagen / México 1979 / pág. 38-42

grafista cuando cuida demasiado los componentes formales, una cita de un fotógrafo clásico como sería Andreas Feiniger (Autor de la famosa foto "The Photo journalist") diría sobre esto "Diseño (*Design*) en el sentido fotográfico, es equivalente a orden, organización, composición".⁵⁰

Es un análisis de la imagen fotográfica encontramos los llamados "factores fotográficos"⁵¹, estos se clasifican en complementarios y secundarios (u ocasionales), son complementarios: 1) el sujeto; 2) la angulación; 3) el efecto focal; 4) la luz. Son secundarios: 1) el detalle; 2) la repetición; 3) la textura; 4) el trazado; 5) el impacto; 6) los artículos de laboratorio. Es interesante comentar este desglose como base, para poder más adelante situar las obras de algunos fotógrafos.



⁵⁰ *Photographic seeing* / Andreas Feiniger / Ed. Thames & Hunson / Londres 1974 / pág. 119

⁵¹ *Enciclopedia Focal de la Fotografía*, 1.ª Tomo. Ed. Omega / Barcelona 1975 / pág.265

Volviendo a la cita de Feininger decía: "Las cualidades fotogénicas del tema (o foto en cuestión) que pueden acercar la imagen al diseño son: simplicidad, claridad, orden y organización, forma y contornos bien definidos, contraste marcado, pero no excesivo, una textura que pueda apreciarse con una luz que roce la superficie, dibujo, armonía y repetición de formas similares."⁵²

"Andreas Feininger estudió en la Bauhaus y antes de dedicarse por completo a la fotografía, trabajó como arquitecto e ingeniero, es por eso que se puede apreciar en sus obras la búsqueda de líneas de fuerza y tensión".⁵³ Este tipo de imágenes con esas cualidades, de dinamismo, geometría e impacto nacieron en Alemania por los años veinte, el plasmar estructuras

industriales, como fábricas, chimeneas, torres, oleoductos, etc., producían un vigoroso juego de líneas y texturas, que parecían organizadas desde su construcción, configurando estructuras gráficas. Destacan dentro de este grupo fotógrafos como: Charles Sheeler, fotógrafo y pintor nacido en Filadelfia y uno de los principales representantes del *preciosismo*, con su estudio fotográfico a la fábrica de la Ford en River Rouge, Michigan, fue considerado como el más prominente fotógrafo Americano en temas industriales, ya que logró plasmar en estas fotos la mentalidad americana de aquella era.

Otro caso serían el del fotógrafo americano Paul Outerbridge, que ha sido vinculado al cubismo, entre sus obras más importantes estarían sus fotografías de objetos, en donde una abstracción relativa la consigue por el grafismo de los objetos mismos en relación a su entorno. "Para Outerbridge no eran sino manifestaciones



Fotografía blanco y negro / The Photo Journalist / Andreas Feininger / 1955

⁵²⁻⁵³ *Photographic Seeing* / Andreas Feininger / Ed. Thames & Hunson / Londres 1974, pp163

⁵⁴ *Diseño fotográfico* / Hugh Maurshel / Ed. Gustavo Gili / Barcelona 1990.

plásticas de luz y oscuridad, planos y diagonales, formas y masas que creaban simultáneamente tensión y balance, sus fotografías de lingotes, de nalpes, de materiales textiles o de tejados son muestras claras de su abstracción constructivista".⁵⁴

Otros ejemplos serían la suiza Florencia Henri y el checoslovaco Jaromir Funke, para este último lo que cuenta son las cualidades de los materiales, contorno y textura en la búsqueda de formas geométricas.

La utilización de cristales y espejos proporciona a sus naturalezas muertas, un efecto de formas imprecisas y de gran riqueza tonal. Florence Henri usaba espejos para multiplicar la imagen, distorcionando la noción de espacio consiguiendo así enigmáticas pero simples composiciones con la utilización

de una iluminación suave.

Otros fotógrafos líderes en la vanguardia holandesa en los años veinte serían Piet Zwart y Paul Schuitema, "el primero al igual que Felninger, arquitecto, interiorista y diseñador, empezó a interesarse en la fotografía como nuevo medio de producción, al captar estructuras de diversa naturaleza –tubos industriales, material de construcción, bloques de hule, etc.– Siempre con una nítida claridad lineal, por ejemplo contraponiendo los contornos bien delimitados de piezas metálicas a los reflejos que se producen".⁵⁵

Podría incluirse entre los fotógrafos contemporáneos al inglés Brian Griffin, quien se caracterizaba por una fotografía de estudio muy elaborada gráficamente, en sus composiciones incluía disfraces, y elementos decorativos que figuran formas geométricas o tipográficas.



⁵⁴ *Sobre la fotografía / Susan Sontag / Ed. Sudamerica / Buenos Aires 1980*

El segundo "factor fotográfico", la angulación,⁵⁶ se refiere a la relación entre el eje óptico de la cámara y el plano del sujeto fotografiado.

Más adelante surgiría un planteamiento distinto de angulación por parte de los americanos Michael Bishop y Jonh Pfnul, por medio de descentramientos y de condensar la perspectiva y eliminar la noción de volumen, "ellos no pretenden representar la realidad sino una imagen bidimensional, el desenfoque gradual de superficies enteras que deberían tener igual nitidez en todos sus puntos es una de las claves empleadas para hacer notar e carácter gráfico de la fotografía".⁵⁶

Al hablar del "factor fotográfico", efecto focal, debemos referirnos a

la forma de enfocar nuestro objeto en cuestión, esto es, de qué manera vamos a capturar la imagen, desenfocando para dar una sensación abstracta o enfocando para definir líneas y contornos a nuestra conveniencia.

Otro "factor fotográfico" sería la luz, factor básico y de gran importancia para todos los fotógrafos, para algunos es el factor principal de sus composiciones y es aquí donde estarían las composiciones de fotogramas o los luminogramas.

"El fotograma surgió aproximadamente por 1835 con Fox Talbot, quien lo bautizó como *sclographic*, (del griego *skla*, sombra)".⁵⁷ Para 1917 el dadaísta Christian Schad hizo experimentos similares y los denominó *Schadografías*, estas constaban de papeles y recortes diversos que colocados sobre papel fotográfico, obstruían el paso de la luz imprimiendo contornos y produciendo distintas tonalidades de gris.



⁵⁶ Sobre la fotografía / Susan Sontag / Ed. Sudamérica / Buenos Aires 1980.

⁵⁷ Manual de laboratorio fotográfico / H. Blume / Ed. Madrid / pág. 83

Otro que reformó este proceso fue Man Ray y le llamó *rayografía*, pero finalmente fue "el fotógrafo vanguardista Moholy Nagy quién denominó este proceso como **fotograma**, el fue el creador de una serie de **fotogramas tipográficos y abstractos**".⁵⁸ No solamente le interesaban sombras de objetos opacos sino también los efectos de la luz por ellos mismos, o sea efectos conseguidos a través de lentes líquidos, cristales, etc.

El método denominado "*cut-paper abstracción*",⁵⁹ fue desarrollado por el americano Francés Bruguíere alrededor de 1912, este método consistía en fotografiar papeles y otros materiales similares a los cuales se les hacían recortes y se les iluminaba con luces fuertes, de tal forma que emitían o reflejaban la luz, Bruguíere lo calificaba como diseño con formas abstractas de luz.

Otro método que también utilizó fue el llamado "*Cliche-verre*",⁶⁰ que consistía en la impresión sobre un papel sensible de un vidrio al cual se le ha preparado con sustancias translúcidas.

En Europa encontramos a Jean-Pierre Sudre, realizador de los "Paisajes materiográficos",⁶¹ éstos consistían en imágenes resultantes de la suspensión de determinados productos químicos sobre una placa de vidrio que se cristalizaban al secarse y se acomodaban a voluntad para formar superficies de distintas textura y color, después se realizaban en positivos dando imágenes de paisajes abstractos.

Dos exponentes del luminograma serían Otto Steiner y Bárbara Morgan. El "luminograma",⁶² es la imagen que se produce por la estela luminosa de una fuente de luz en movimiento frente a una

cámara, cuyo objetivo está abierto con una prolongada exposición.

Otra cualidad de la luz es el color y numerosos fotógrafos se han dedicado a la abstracción cromática.

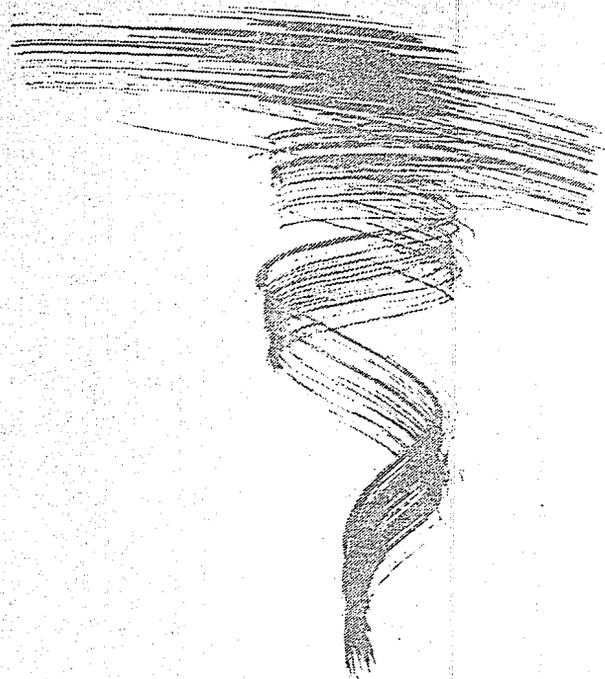


⁵⁸ *Sobre la fotografía* / Susan Sontag / Ed. Sudamericana / Buenos Aires 1990.

⁵⁹ *Manual de Laboratorio fotográfico* / H. Blume / Ed. Madrid / pág.83

⁶⁰⁻⁶¹⁻⁶² *Manual de Laboratorio fotográfico* / H. Blume / Ed. Madrid / pág.83

CAPITULO V



Tratando de no incurrir en un simple inventario de "trucos fotográficos" o efectos especiales, la aportación de este capítulo aspira a proponer una esquematización ordenada de unos procedimientos, técnicas y conceptos puros, cuya aplicación combinada da lugar a infinidad de soluciones gráficas.

Partiendo de la base que el **fotografismo** es una "recreación" y una manipulación en segundo término, que se origina de un material gráfico (imagen o texto) conseguido de métodos convencionales, podríamos suponer que si no se hiciera de esta manera, no sería **fotografismo**, pero no necesariamente debe ser así, pueden crearse imágenes concebidas y destinadas para su aplicación en algún proyecto de diseño, y se puede estar haciendo **fotografismo** desde el momento en que se dispara la cámara. Por

ejemplo; algún fotoreportero que toma el encuadre con el horizonte muy bajo, para que en el cielo pueda ir la cabeza principal del artículo.

De esta manera se puede decir que no debe discriminarse ni los recursos de cámara, ni los de laboratorio para crear imágenes fotográficas, esta decisión la debe de tomar el **fotografista**, basándose en función de sus necesidades de tiempo, realización, intencionalidad de comunicación, sencillez y costo.

Después de hablar de la creación fotográfica, sería conveniente conocer algunos de los procedimientos fotográficos, basados en alguna teoría sólida y bien estructurada, como por ejemplo, la del alemán Otto Steinhert, quién retomando ideas de Moholy Nagy sobre la nueva visión de los medios ópticos escribe sobre las posibilidades de creación en fotografía.

Moholy Nagy menciona cho

variedades de visión fotográfica:

"Visión abstracta (**fotogramas**), Visión exacta (**reportaje**) Visión rápida (**Instantáneas**), Visión lenta (**bajas opturaciones**), Visión intensificada (**macro y micro fotografia**) (**fotografía Infrarroja**), Visión penetrante (**radiografía**), Visión simultánea (**fotomontaje**), Visión distorsionada (**uso de lentes, prismas, manipulaciones químicas o mecánicas en los negativos**)".⁶³

Steinhert denominó los medios para la elaboración de imágenes con el nombre de "Elementos para la creación fotográfica". Entre estos se encuentran:

- 1) La elección del objeto y el acto de aislarlo de la naturaleza.
- 2) La visión dentro de la perspectiva fotográfica.
- 3) La visión en la representación foto-óptica.

4) La transposición en la escala de tonos fotográficos.

5) El aislamiento de la temporalidad debido a la exposición fotográfica.

El primer punto trata sobre el encuadre (segmentación de la realidad) y composición (disposición y orden de los elementos visuales).

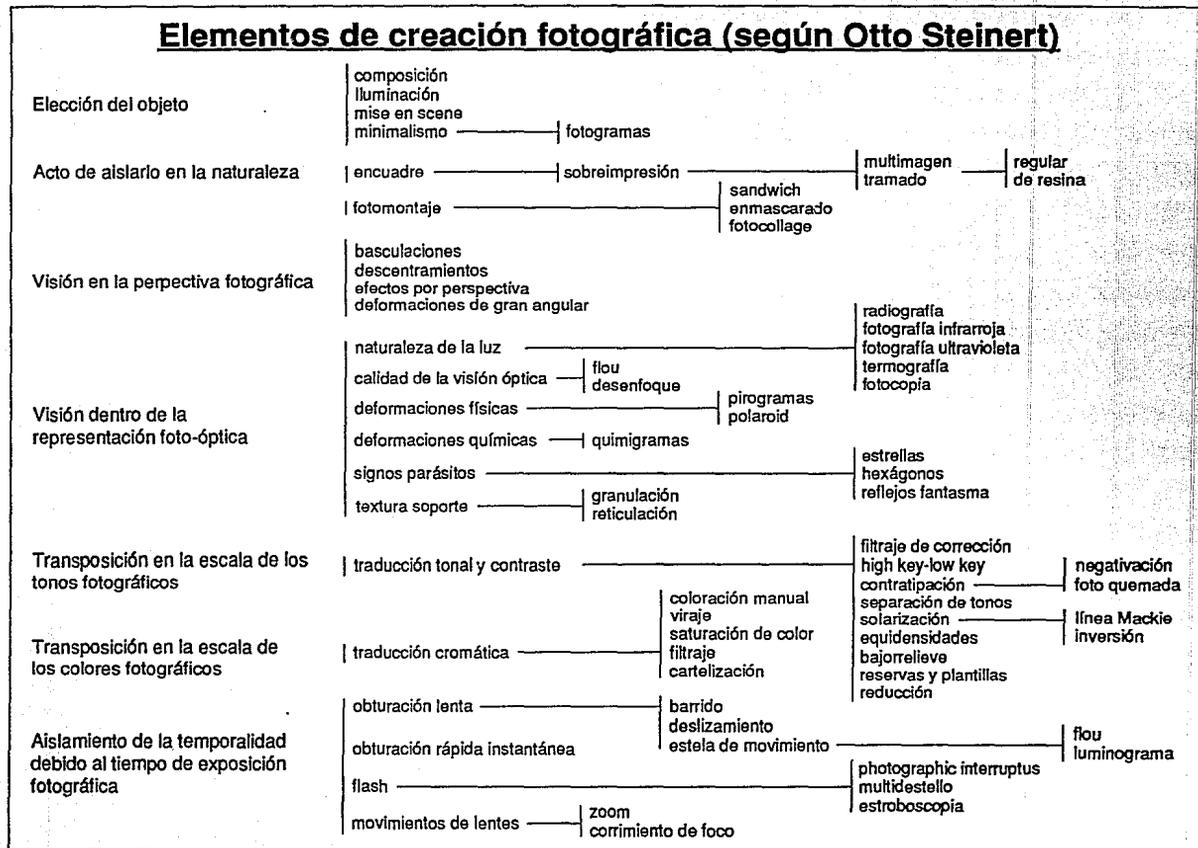
El segundo punto habla sobre la representación de la perspectiva y sus alteraciones (deformaciones ópticas descentramientos).

El tercer punto habla de calidad de visión (definición o resolución, desenfoque o flou).

En el cuarto punto se habla de la traducción tonal (separación de tonos, solarización, cartelización) y por último se habla en el quinto punto de la representación del movimiento (barrido, efecto 200 m estroboscopia, etc).

⁶³ *Subjetiva Fotografía* / Otto Steinhert.

En la siguiente tabla observamos los elementos de creación fotográfica, y sus diversas variantes.



Elementos de creación fotográfica (según Otto Steinert)

A. Elección del objeto

- 1.- composición
- 2.- iluminación
- 4-5.- mise en sceneminimalismo
- 6.- fotograma

B. Acto de aislarlo en la naturaleza

- 1.- encuadre
- 2.- fotomontaje
- 3.- sobreimpresión
- 4.- multimagen
- 5.- tramado regular
- 6.- trama de resina
- 7.- sandwich
- 8.- enmascarado
- 9.- fotocollage

C. Visión en la perspectiva fotográfica

- 1.- basculaciones
- 2.- descentramientos
- 3.- efectos con perspectiva
- 4.- deformaciones de gran angular

D. Visión dentro de la representación foto-óptica

- 1.- radiografía
- 2.- fotografía infrarroja
- 3.- fotografía ultravioleta
- 4.- termografía
- 5-6.- fotocopia
- 7.- flou
- 8.- desenfoque deformaciones físicas

9.- pirograma

- 10-13.- polaroid
- 14-15.- quimigramas
- 16-17-18.- signos parásitos
- 19-20.- textura soporte

E. Transposición en la escala de tonos fotográficos

- traducción tonal y contraste*
- 1-2.- filtraje de corrección/efectos
 - 3.- high key
 - 4.- low key

contratipación

- 5.- negativación
- 6.- fotoquemada
- 7.- separación de tonos
- 8.- solarización
- 9.- línea Mackie
- 10.- inversión
- 11.- equidensidades
- 12.- bajo relieve
- 13.- reducción
- 14.- reserva

F. Transposición en la escala de colores fotográficos

- traducción cromática*

15.- coloración manual

- 16.- viraje
- 17.- saturación de color
- 18.- filtraje
- 19.- cartelización

G. Aislamiento de la temporalidad debido al tiempo de exposición fotográfica

- obturación lenta*
- 1.- barrido
 - 2.- desplazamiento de la película
 - 3-5.- estelas de movimiento
 - 6.- luminograma

obturación rápida instantánea

- 7.- instantánea

flash

- 8.- photographic interruptus
- 9-10.- multidestello
- 11.- estroboscopia

movimiento de lentes

- 12.- zoom
- 13.- foto movida

Estos ejemplos fotográficos son obra de Jordi Guiltumet

ELECCION DEL OBJETO



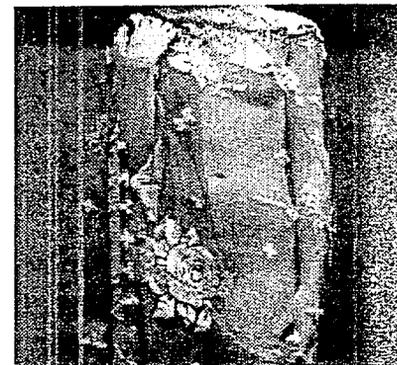
1.- Composición



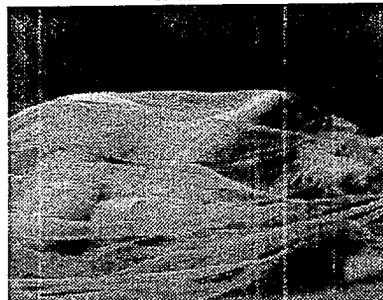
2.- Iluminación



3.- Iluminación



4.- Mise en scene



5.- Mise en scene



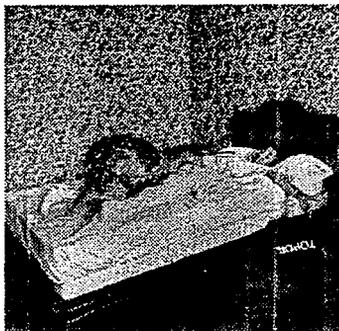
6.- Fotograma



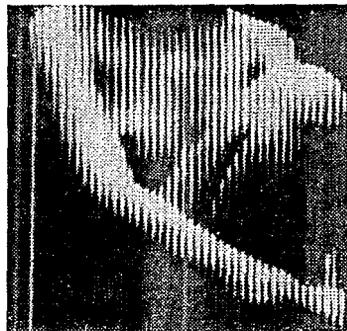
1- Composición



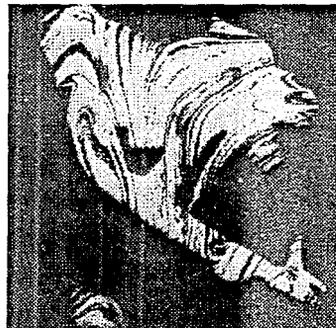
3.- Fotomontaje



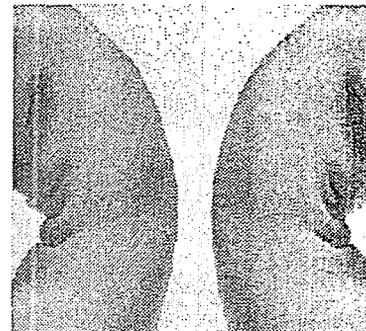
2.- Fotomontaje



6.- Trama de recina

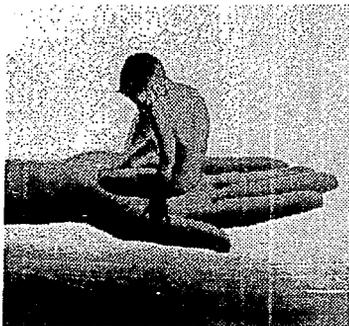


5.- Trama regular



7.- Sandwich

9.- Fotocollage

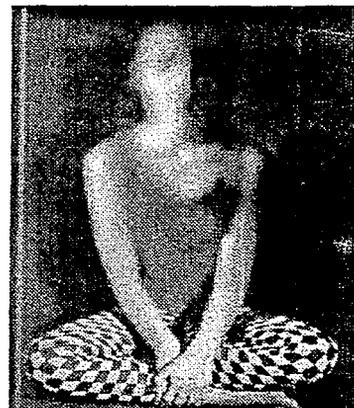


8.- Enmascarado



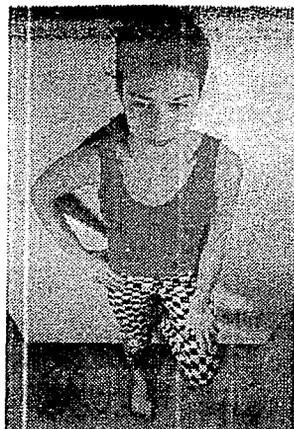
Acto de aislar el objeto de la naturaleza.

1.- Basculación

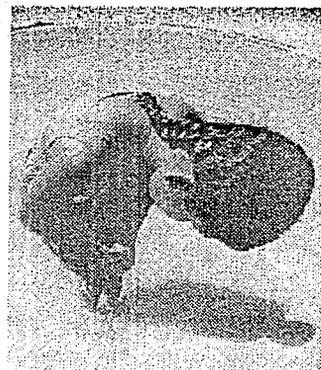




2.- Descentramiento



3.- Efecto por perspectiva

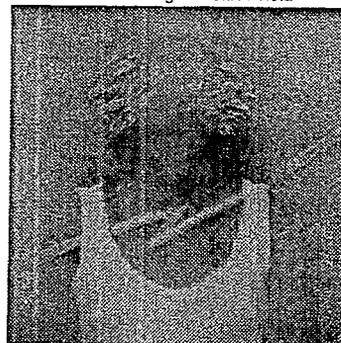


4.- Deformación de gran angular (fish eye)

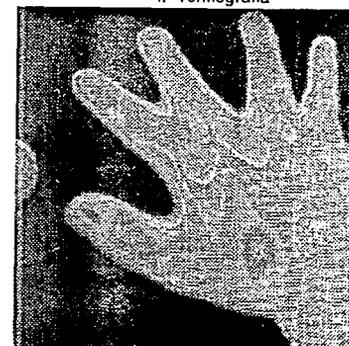


1.- Encuadre

3.- Fotografía ultravioleta



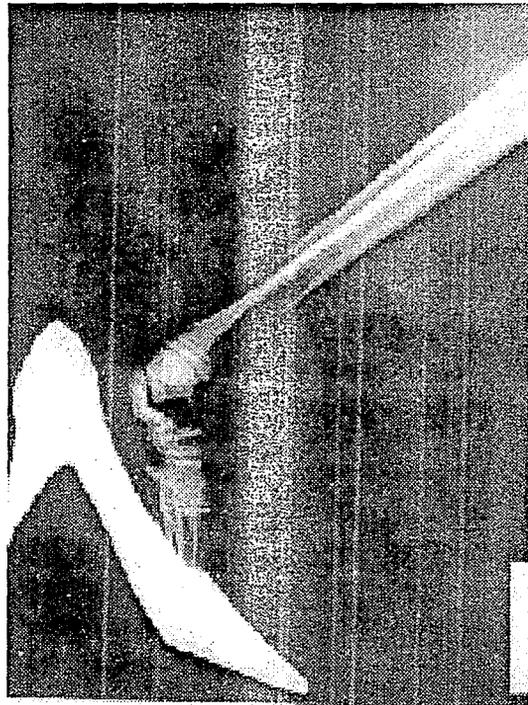
4.- Termografía



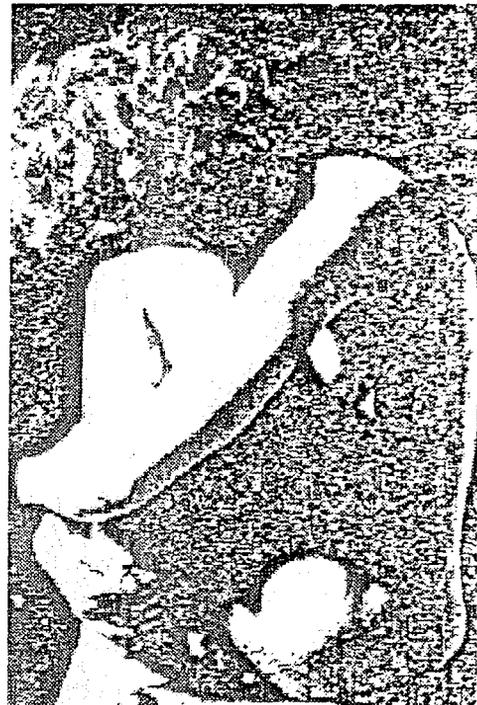
Visión en la perspectiva fotográfica



5.- Fotocopia

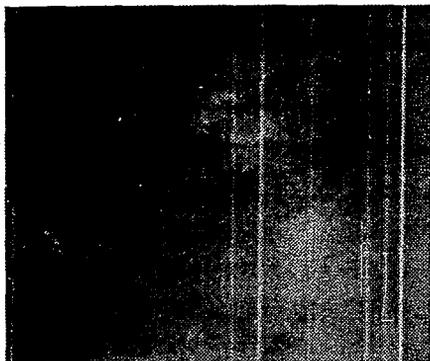


1.- Radiografía

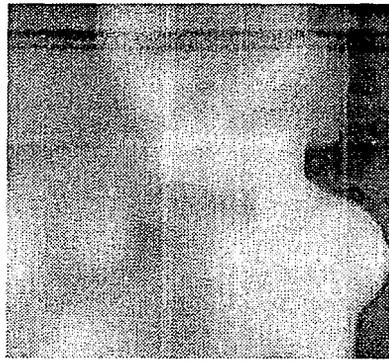


6.- Fotocopia

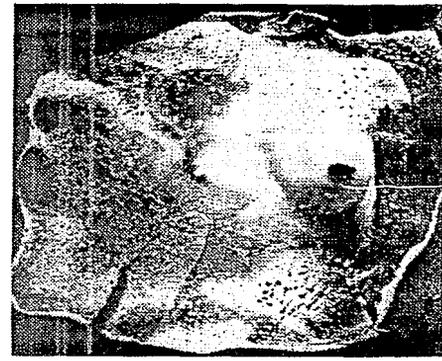
Visión dentro de la representación foto-óptica.



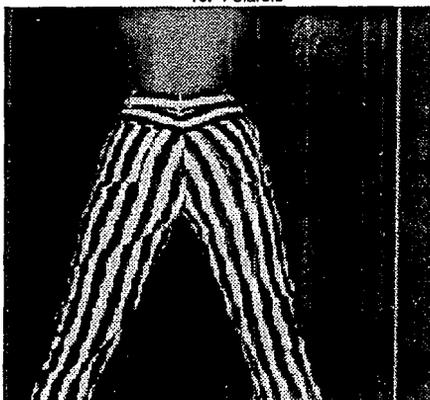
7.- Flou



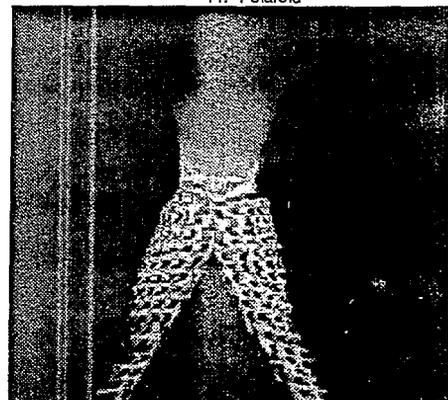
8.- Desenfoque (Calidad de la visión óptica)



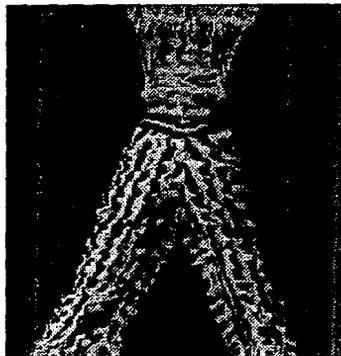
9.- Pirograma (Deformaciones físicas)



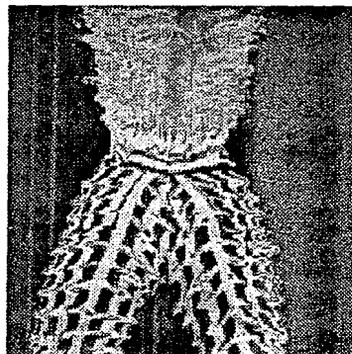
10.- Polaroid



11.- Polaroid



12.- Polaroid



13.- Polaroid



14.- Químigrama (Deformación química)



15.- Químigrama (Deformación química)



16.- Estrellas

18.- Reflejo fantasma

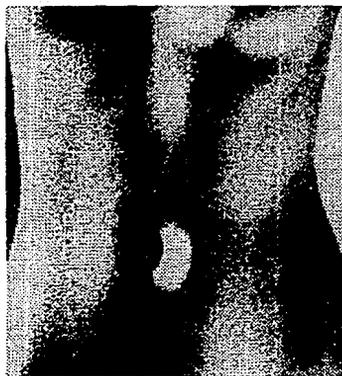


Signos parasitos

17.- Hexágonos

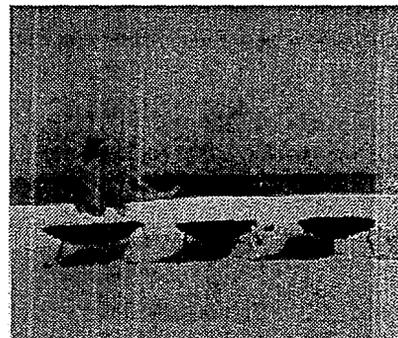


19.- Granulación (Textura-soporte)



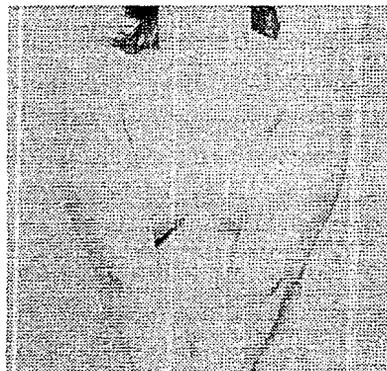
20. Reticulación (Textura-soporte)

Transposición en la escala de tonos
fotográficos



1.- Filtraje de corrección

3.- High key



4. Low key





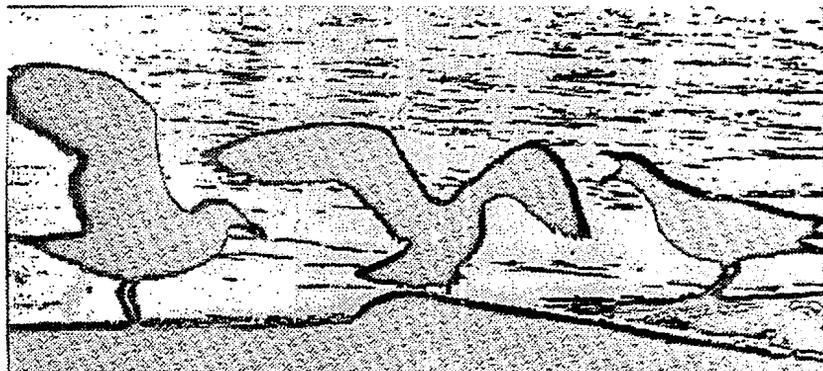
5.- Negativación



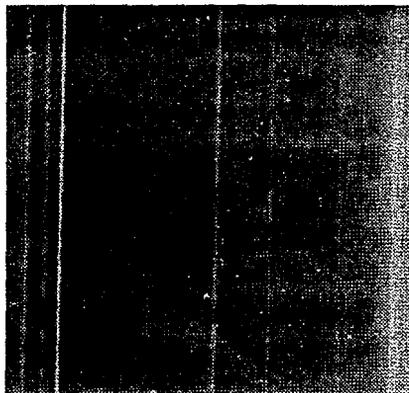
6.- Foto quemada



7.- Separación de tonos



10. Inversión

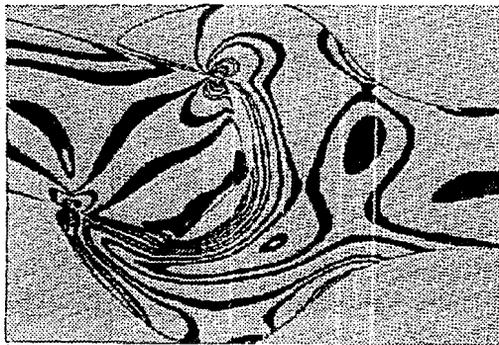


8.- Solarización

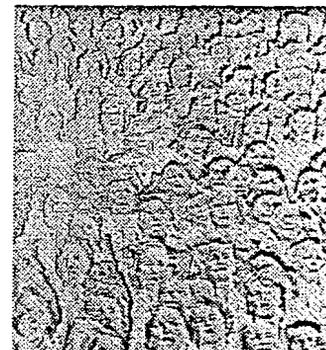


9.- Línea Mackie

11.- Equidencias



12.- Bajo relieve

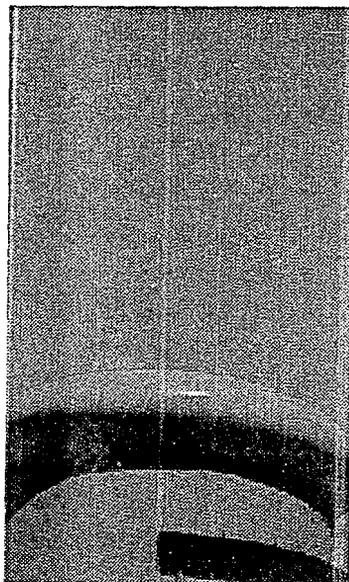




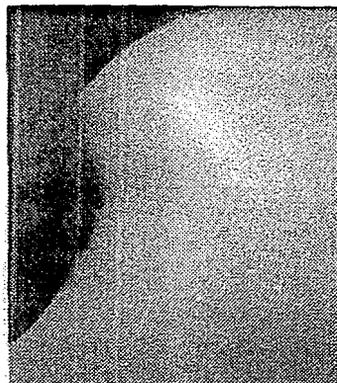
14.- Reserva / Plantilla

Traducción cromática

17.- Saturación de color



16.- Viraje

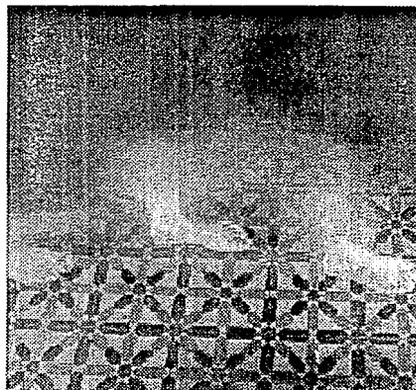


13.- Reducción

Aislamiento temporal por tiempo de exposición

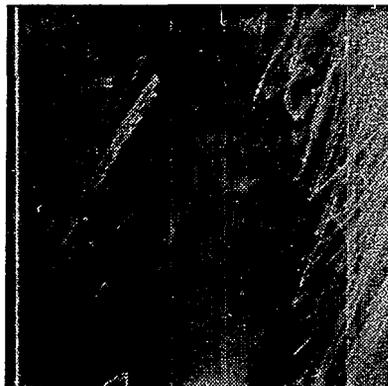


4.- Estela de movimiento



5.- Estela de movimiento

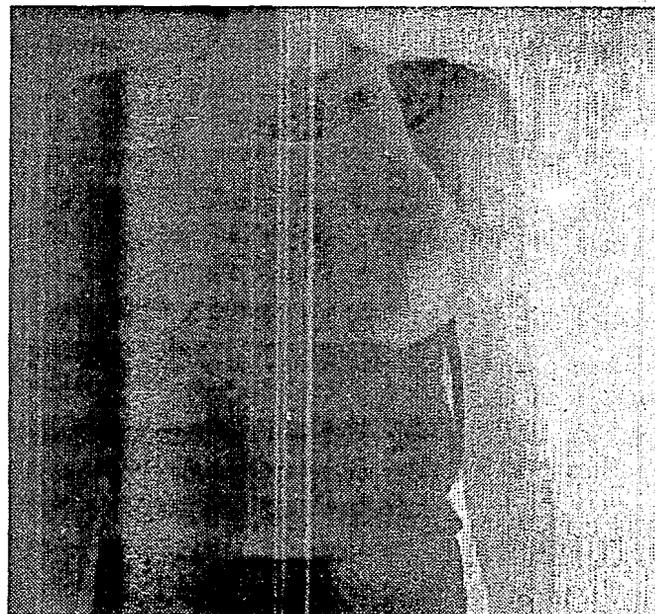
6.- Luminograma



7.- Instantanea (Opturación rápida)



8.- Flash



9.- Multidestello



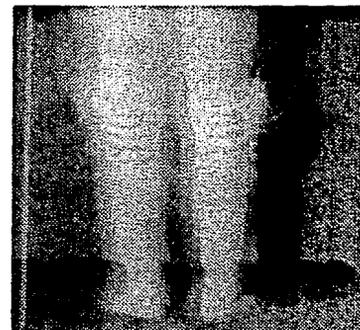
10.- Multidestello



11.- Estroboscopia



12.- Zoom (Movimiento de lente)



13.- Foto movida

Fotos: Jorge Ribalta

Teoría del grafismo

El foto-grafismo es el resultado de la combinación de dos procedimientos, esencialmente diferentes de la producción de mensajes visuales:

-el procedimiento fotográfico que consiste en la producción de un conjunto de puntos "manchas" por medios técnicos, resultado de la acción de la luz sobre una superficie sensible.

-el procedimiento gráfico, el trazado secuencial por medios manuales, de la línea: dibujos, escritura.

De la relación de estos procedimientos surgen una "manipulación" (serie de operaciones manuales y técnicas) de los diferentes elementos gráficos que se utilizarán en el mensaje, generalmente son

imágenes y textos.

"Fotografismo es el proceso y el resultado de la manipulación intencionada, de la imagen semejante a la realidad, de la forma de uno o varios signos gráficos y de la relación existente entre las imágenes y textos".⁶⁴

La esencia del fotografismo está en el resultado que se obtenga de un mensaje global, por medio de la combinación y manipulación de los diversos elementos, que nos dan un resultado diferente al que daban por separados cada uno.

"El fotografismo no es un procedimiento estético o expresionista es la construcción de "significados" por medio de un lenguaje de imágenes-signos y color, que tienen la propiedad de componer formas y mensajes específicos de visualización".⁶⁵

El origen del fotografismo lo encontramos en los primeros collages futuristas.

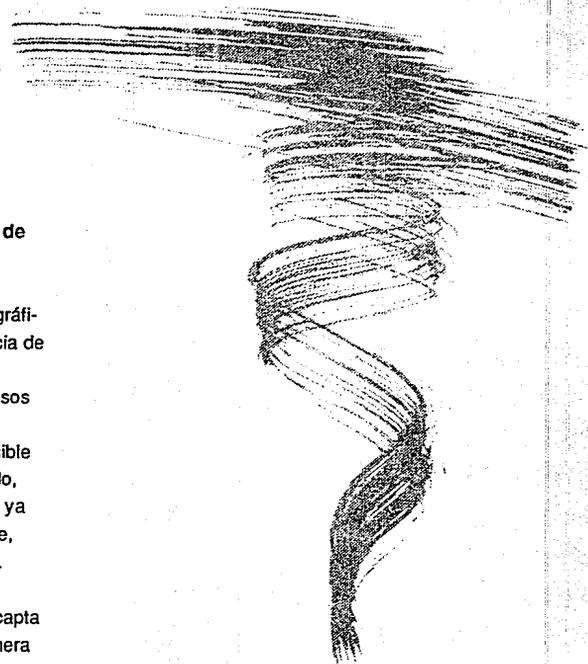
Analizando, la definición de fotografismo encontramos los siguientes puntos claves:

- 1.-Producción
- 2.-Conjunto de manchas
- 3.-Por medios técnicos
- 4.-Producidas por la acción de la luz

- 1.-Al producir un registro fotográfico, se realiza la transferencia de una realidad física que es "traducida" en datos luminosos que provienen del exterior, sobre la superficie fotosensible de una película, papel, tejido, etc., que quedan marcados, ya sea directa o indirectamente, (proceso negativo-positivo).

La superficie foto sensible capta toda la información, de manera que al verla, percibimos un fragmento de la realidad.

- 2.-Al referimos a "medios técnicos" implica la utilización de aparatos industriales complejos de un sistema estructurado y un



⁶⁴ Fotografismo Publicitario Internacional /Tobias Barthel / Editorial Gustavo Gili / Barcelona 87-89

⁶⁵ El lenguaje fotográfico / Joan Costa / Ediciones Madrid 1971

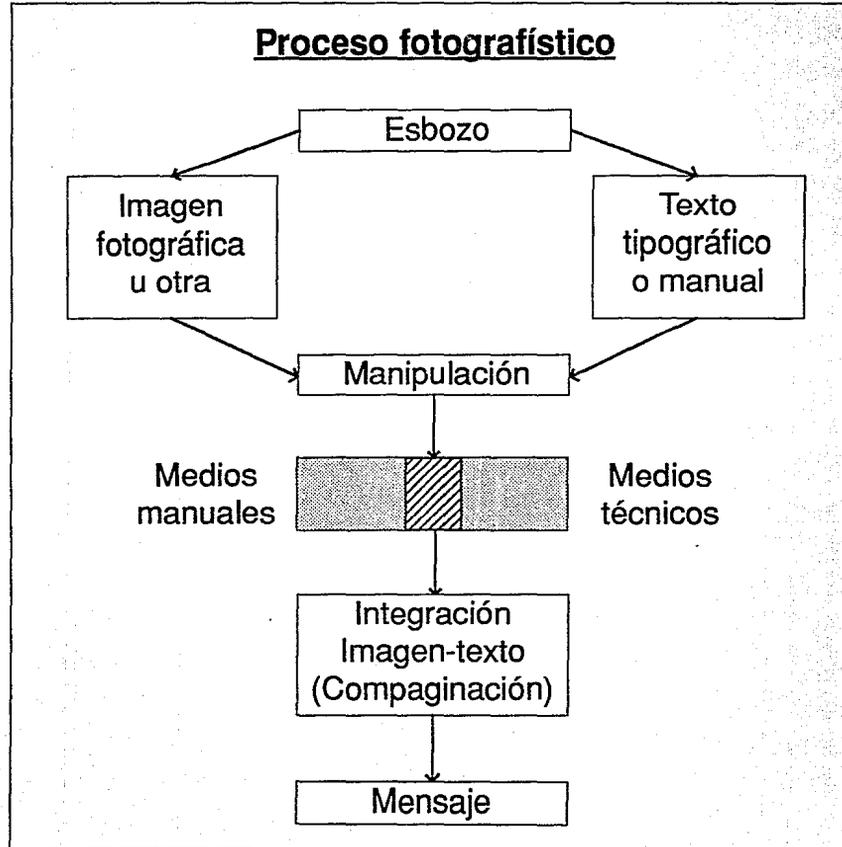
mecanismo organizado, que dependiendo de su utilización podrían dar resultados, diferentes, entre estos encontraríamos desde una simple ampliadura hasta prensas litográficas.

3.-Lo que se marca fotográficamente es un conjunto de puntos "manchas" (éstos pueden ser monocromáticos o policromáticos) que se mezclan creando un todo visual que se caracteriza por su continuidad en toda la superficie de la imagen.

La unión de "manchas" componen diferentes formas, valores, matices y contrastes.

4.-La producción fotográfica obviamente es producida por la acción de la luz, Fotografía del griego *Phos*, que significa luz.

En el procedimiento gráfico encontramos estos conceptos claves:



5.-Trazado secuencial, medios manuales.

6.- De la línea.

7.-Manipulación de elementos gráficos.

5.-El grafismo es trazado (del griego *graphein*, que significa trazo, trazado). Trazar, es "depositar líneas que evolucionan sobre el papel formando conjuntos gráficos expresivos".⁶⁴

La visión, la idea y la mano se involucran con el acto de trazar, esto se da en un proceso secuencial.

Este acto es esencialmente un mecanismo de la mente, que actúa coordinado con el ojo y la mano, durante todo el tiempo de elaboración del mensaje, y un mecanismo donde la flexibilidad y la improvisación o el reflejo instantáneo, tienen la capacidad

de materializarse durante el mismo proceso. Esto significa que un dibujo, por ejemplo puede empezarse con una idea y mientras está emergiendo de la mente al papel, puede modificarse en su idea inicial y así sucesivamente.

Este mecanismo simultáneo de abstracción, ideas y ejecución es un ejemplo de las variantes del grafismo.

De esta manera podemos ver las diferencias entre el grafismo y el registro fotográfico o lo marcado por medios fotográficos.

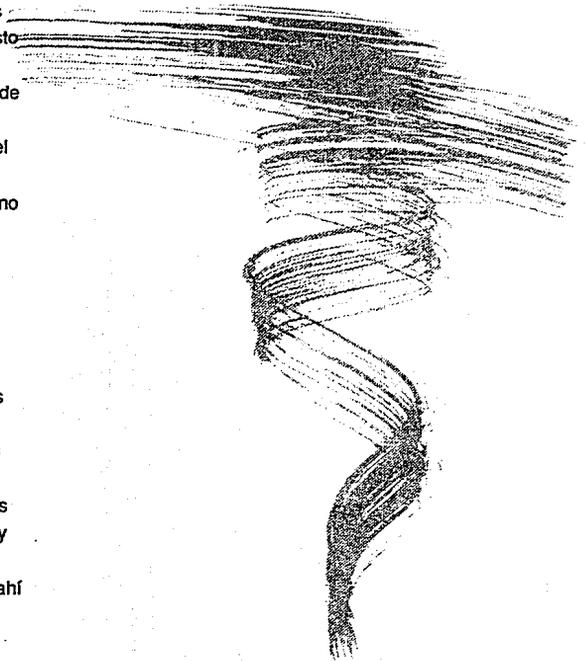
6.-La línea y el punto, son la materia esencial del grafismo, ellos mismos en su naturaleza son grafismos, son elementos abstractos o mejor dicho son instrumentos de la abstracción mental, el punto es una referencia y la línea una continuidad de éste.

La imagen fotográfica también

opera por medio de manchas continuas, que sería lo opuesto al punto y a la línea, ya he mencionado que este efecto de continuidad de la imagen o "manchas" en la superficie del papel fotográfico es lo más semejante a la realidad, que no puede lograr el trazado de puntos y líneas, producidas manualmente.

Es bien sabido que la producción de una imagen fotográfica se genera a través de una "trama (que es la sucesión regular de puntos microscópicos)"⁶⁵ pero en ésta, están contenidos valores cromáticos así como tonales y de espesor, que no se consiguen manualmente, he ahí la diferencia esencial.

7.-En el fotografismo, se hace uso de la manipulación de los elementos gráficos, los cuales se diversifican en las múltiples formas geométricas, tipográficas, fotomecánicas, cromáticas, etc., como se



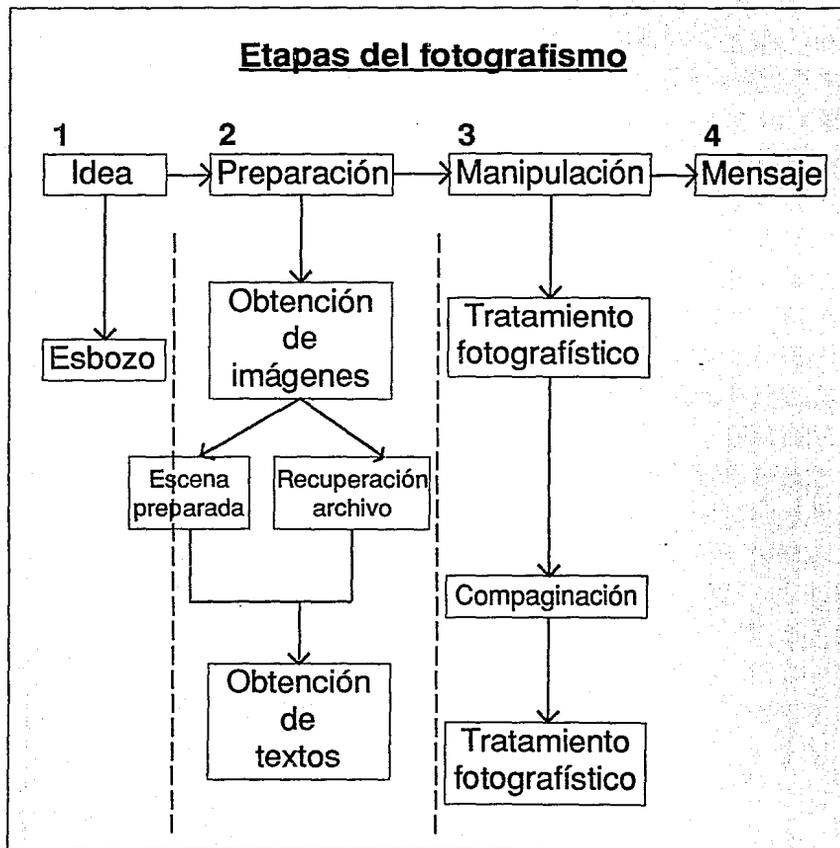
⁶⁴ *El diseño Gráfico / Statue*, Eric Madrid, Alianza / 1968 (Arte Comercial).

⁶⁵ *Manual de laboratorio fotográfico / H. Blume / Ediciones Madrid.*

muestran en el primer esquema.

La idea de manipulación se aplica en fotografismo, por la razón de que lo que se modifica son las imágenes de la realidad (fotos), que la fotografía reproduce de manera intacta. De aquí surge una diferencia fundamental entre fotografía y fotografismo, y es que al haber manipulaciones y combinaciones del fotografismo con elementos simples (imágenes, letras, bloques de texto, etc.) se produce un resultado radicalmente diferente en conjunto, del que cada elemento integrante, produciría por separado.

El propósito de estas reflexiones, es penetrar en la especificidad esencial entre la fotografía y el grafismo, considerados como dos modos diferentes de producción de mensajes visuales, que se funden ambos bajo el nombre de fotografismo.



Proceso fotografístico

Se puede dividir en dos grupos a todas las producciones gráficas, que serían, las realizadas manualmente como la xilografía, pirografía, caligrafía y tipografía que son genéricamente quirografías (quiro, del griego *Kairos*, que significa mano y grafía, del griego *graphein*) y entrarían al universo quirográfico.

El otro grupo sería el de las producciones mecánicas obtenidas por medios técnicos, como serían; la litografía, fotografía, cinematografía, radiografía, videografía, holografía, etc. Que entran en el **universo técnico**, que son producciones de trazos por procedimientos automáticos de mecanismos programados.

De este modo vemos como "grafía" es la forma sufixada de

todos los procedimientos de producción de imágenes y textos, en sí se puede decir que es su declaración genérica.

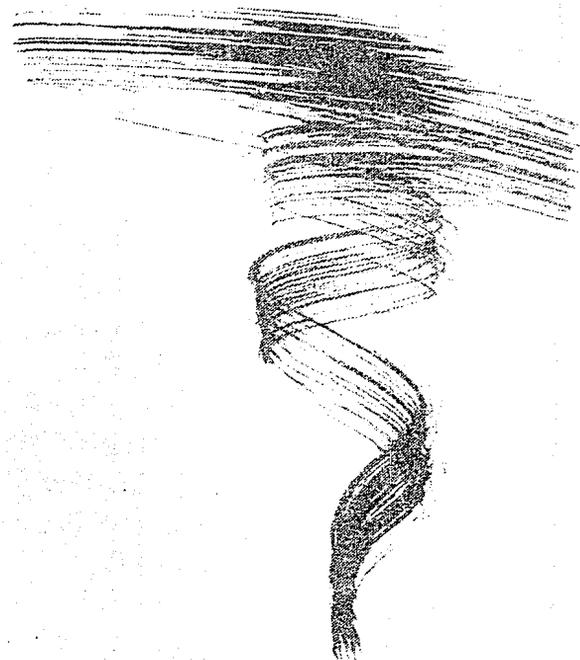
La compaginación es una composición –termino tomado del arte pictórico– y que en un término técnico se ha llamado **"Mise en page"**⁶⁸ y traducido sería "Puesta en página", y que implica la operación de compaginar, es decir, combinar adecuadamente cosas diferentes, según su fin, esto equivaldría a situar, organizar, relacionar unas cosas con otras, dentro de un espacio gráfico predeterminado.

El trabajo del grafista se basa en una serie de operaciones manipulatorias, modificadoras del sentido de los elementos gráficos separados, así como su ubicación y transformación para una organización expresiva. Al decir modificación del sentido nos estamos refiriendo a la manipulación del color, de la forma, tamaño y su interrelación con los demás elementos, esta

sería la base del grafismo y también la del fotografismo, ya que imágenes y textos son su materia prima.

El fotografismo incluye las siguientes operaciones y sus variantes alternativas a partir de una idea:

- Producción de fotografías específicas.
- Producción de otras clases de imágenes específicas (ilustraciones manuales o técnicas).
- Recuperación de imágenes inespecíficas (manuales o técnicas).
- Producción de textos (por medios manuales o técnicos).
- Tratamiento fotografístico de las imágenes y textos (modificaciones).
- Manipulación material de imágenes y textos (modificaciones).



⁶⁸ El lenguaje fotografístico / Joan Costa Ediciones Madrid 1971.

-Composición o compaginación del mensaje (original mec. para reproducción).

-Modificaciones del original por tratamiento fotomecánico (reproducción).

-Modificaciones del original por tratamiento fotomecánico (reproducción).

El trabajo fotografístico puede iniciarse en la toma fotográfica, basándose en un esbozo bien definido, aunque aquí todavía no hay fotografismo sino fotografía aplicada o aplicable al grafismo.

Dicho en otras palabras; los elementos separados que integrarán el mensaje fotografístico no son fotografismo; el boceto, la imagen o la ilustración, la fotografía, el texto, los colores y los demás elementos gráficos, sólo se convertirán en un mensaje fotografístico cuando estos sean sometidos a operaciones combinatorias, modificaciones, manipulaciones y

compaginación, en relación, con ellos mismos y el espacio gráfico.

La manipulación fotografística debe realizarse con imágenes o textos, la utilización de aparatos técnicos (filtros de color, efectos especiales, etc.) al realizar una toma fotográfica, con el propósito de formar la imagen de la realidad, no es fotografismo sino fotografía simple y pura, obtenida por medios fotográficos y no gráficos.

Rasgar transversalmente la palabra terremoto impresa o dibujada, para formarla nuevamente y que las partes no coincidan, con el fin de connotar los efectos sísmicos, esto es grafismo puro, pero deformar esta palabra por medios fotográficos, esto es efectivamente fotografismo.

El fotografismo siempre es modificación de imágenes y textos preexistentes, que antes de la operación manipulativa no son más que simples elementos latentes de fotografismo.

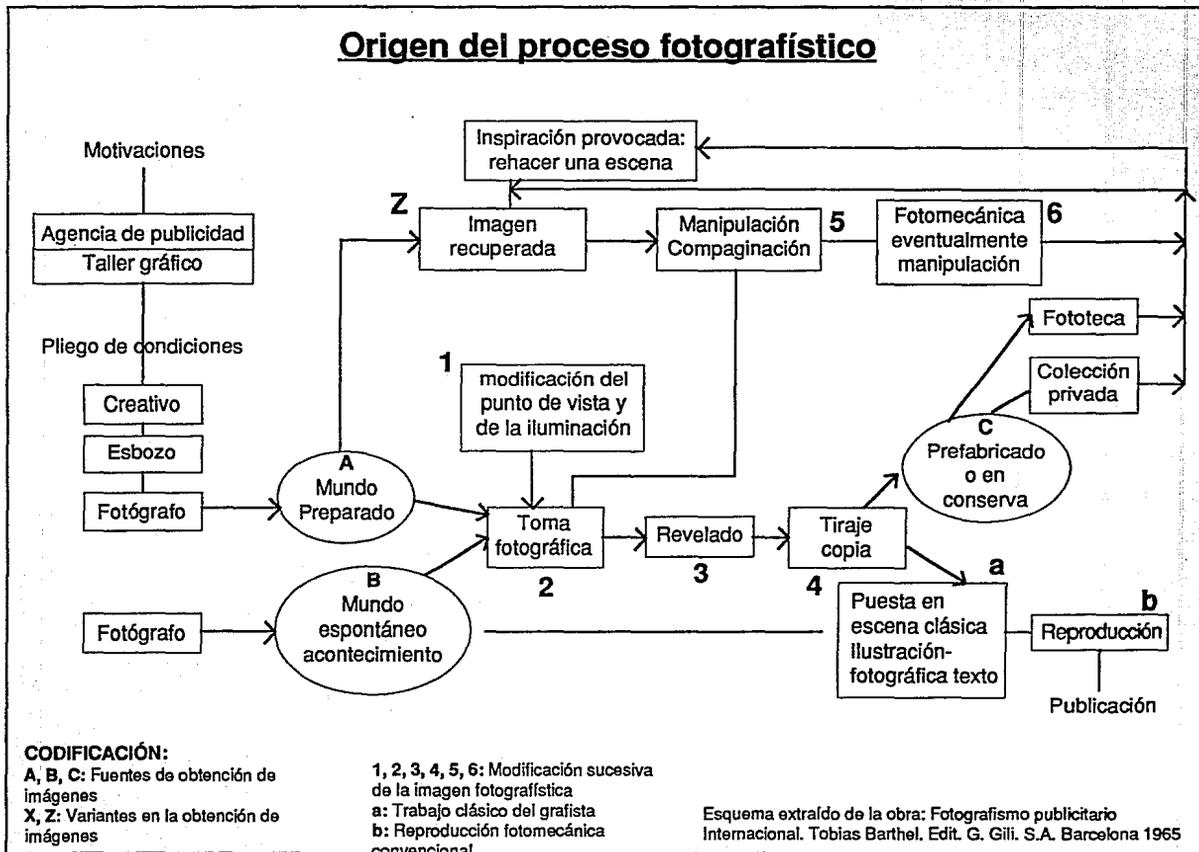
Son muchos los recursos gráficos y fotográficos que se combinan en la modificación de la imagen realista y el texto.

Unas veces el sentido se modifica por la asociación de diferentes imágenes —o fragmentos de imágenes— que combinadas con un cierto orden intencional, establecen en conjunto un fotomontaje.

El proceso fotografístico puede ser visualizado en el esquema que se muestra a continuación.

En el esquema se puede analizar los distintos componentes, sus pasos y sus relaciones y recoger así en un gráfico el conjunto de las posibilidades que se originan. En el ejemplo se toma una agencia de publicidad que recibe el encargo de crear una serie de mensajes gráficos, hasta la publicidad de éstos para su difusión.

Este esquema-matriz incluye el conjunto de las diferentes variables que lo integran, en



medidas relativas, agrupadas en tres categorías:

- El mundo preparado
- El mundo espontáneo
- El mundo prefabricado”⁶⁹

El mundo preparado: representación ficticia del proyecto, modelos, decorados, vestuario, naturaleza muerta.

El mundo espontáneo: aquí se producen los acontecimientos y los fenómenos; generalmente es el terreno del periodismo gráfico, cuyas imágenes pasan a coleccionarse en: el mundo prefabricado o en conserva, que es el archivo donde se clasifican, controlan y administran las imágenes de fotógrafos independientes (imágenes con diversos significados y temas) imágenes documentales, históricas y de actualidad.

En el trabajo fotografístico, las imágenes siguen un proceso de modificaciones sucesivas.

A partir de la preparación de la foto, en la cual ya existe una intencionalidad expresiva, que determinará una serie de condiciones en su realización, se encontrarán características de encuadre iluminación, pasando por el tratamiento en el laboratorio: revelado, pruebas, este es el trabajo propiamente fotografístico.

El grafista desarrolla el planteamiento y la realización del original, lo cual implica nuevas pruebas, y sobre todo manipulaciones materiales de la imagen hasta la compaginación y montaje final del mensaje. A veces el trabajo fotografístico, también se puede obtener en el taller de reproducción fotomecánica.

A.-Preparación del motivo con intervención del creativo publicitario y el fotógrafo, a partir de una serie de condiciones que recibe el creativo, a través de la

agencia de publicidad, el grafista realiza un boceto, en donde plantea el conjunto del mensaje acabado.

1.-Modificaciones, iluminación, etc., en función de las intenciones fotografísticas.

2,3,4.-Proceso interno de producción de la imagen “tentativa” la cual se le pueden dar tratamiento diversos en el laboratorio.

5.-El grafista combina, manipula la imagen, los textos y los colores, junto con otros elementos gráficos y realiza la compaginación de éstos para formar el original.

6.-Aquí todavía se pueden realizar nuevas manipulaciones en base al original, en el proceso de reproducción fotomecánica para su publicación impresa.

B.-Esta sería otra fuente de alimentación iconográfica, para el proceso de fotografismo, y es una

serie de acontecimientos y datos relevantes que proceden del mundo espontáneo. Aquí encontraríamos al fotógrafo de prensa, el fotodocumentalista y fotógrafo independiente.

C.-Mundo prefabricado: o en conserva, aquí encontraríamos a los grafistas y creativos en busca de la documentación necesaria, para construir la escena.

A y B.-En esta etapa el grafista somete la copia fotográfica a la compaginación clásica imagen-texto, para construir el original, en esta etapa si bien combina imágenes fotográficas y textos, no puede considerarse fotografismo puesto que no incluye manipulación alguna.

⁶⁹ *Imagen Global* / Joan Costa / Barcelona CEAC 1987.

En la siguiente tabla he establecido una comparación esquematizada entre los elementos que definen la naturaleza del grafismo y la naturaleza de la fotografía. Para ello he tomado como indicadores: los elementos visuales que son la substancia de uno y otro procedimiento; sus caracteres, gráfico y fotográfico; el soporte físico de la imagen en cada caso y su especificidad como medios diferentes de la expresión visual.

Naturaleza y caracteres del fotografismo

1.- Elementos gráficos

- El punto
- La línea
- La textura
- La mancha

2.- El carácter gráfico

- Negro sobre blanco
- Trazo manual (dibujo, es criatura)

3.- Soporte gráfico

- Superficie del plano bidimensional
- Versatilidad de soportes gráficos
- El soporte gráfico es un espacio de libre acción

4.- La especialidad del grafismo

- Autonomía de los elementos gráficos en relación con la realidad
- Discontinuidad de los elementos gráficos en el soporte
- Carácter gráfico
- Interacción gráfica entre: cerebro-ojo-mano
- Creación progresiva del mensaje gráfico sobre el soporte por medio de letras y morfemas (unidades gráficas y formales de la escritura y el dibujo)
- Capacidad abstractiva, reproductiva, espontánea, que puede reproducir; imágenes hiperrealistas, abstracciones, esquemas y signos libres y codificados.

1.- Elementos fotográficos

- La mancha producida por la luz

2.- El carácter fotográfico

- Escala tonal continua
- Encuadre

3.- Soporte fotográfico

- Superficie bidimensional del plano
- La sensibilidad a la luz del soporte fotográfico

4.- La especialidad de la fotografía

- Los elementos gráficos de la imagen están determinados, por un modelo físico exterior
- Escencialmente existe un orden continuo de los elementos fotográficos en la imagen
- Depende de las variaciones fotográficas (del modelo, la iluminación, etc.)
- Carácter fotográfico
- Variación del tiempo, en la producción de la imagen
- Capacidad de reproducciones fotográficas fidedignas

CAPITULO VI



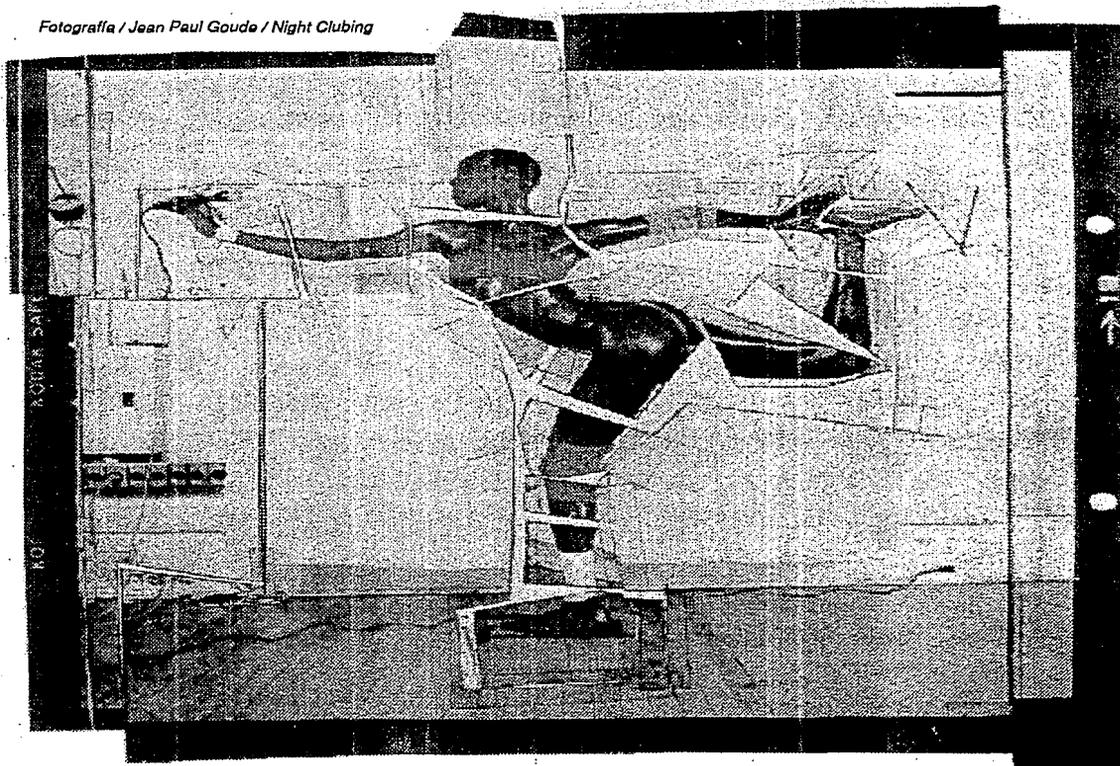
Observaciones sobre el fotografismo y el fotodiseño

Es importante mencionar que se debe ser cuidadoso al clasificar las obras fotográficas, ya que se puede caer en errores y confundir el fotografismo con el "efecto gráfico"⁷⁰ que produce una imagen real, como por ejemplo, la plasticidad de algunas fotografías de arquitectura moderna, producida por la geometría, los planos, los contrastes de la luz y sombra etc., sólo son factores que en un momento harían parecer la fotografía abstracta en fotografismo.

Existen "efectos fotográficos" que producen la ilusión de fotografismo, entre estos se encuentran:

a) **La abstracción.** La cual se obtiene seleccionando el objeto o sujeto real que es poco accesible a la visión corriente o poco interesante a la percepción como

Fotografía / Jean Paul Goude / Night Clubbing



Fotografismo? sí porque hay una manipulación, N6 porque no se busca un efecto gráfico.

⁷⁰ Manual de técnica fotográfica / John Hedge C. H.Blume / Ediciones Madrid 1977

por ejemplo: una simple grieta en una piedra. También se da en la elección de un punto de vista insólito de algo cotidiano, como por ejemplo una fotografía aérea de algún edificio.

b) **El encuadre.** Este surge voluntariamente, eligiendo los espacios no significativos entre las cosas que normalmente pasarían desapercibidas, en éste se busca el detalle de las cosas que por sí mismas ya contienen formas especialmente gráficas (texturas, formas, sombras, etc.).

c) **La ampliación.** Aquí se modifica, la relación real del tamaño del objeto en relación con el espectador resaltando el detalle que se quiera mostrar.

d) **El contraste máximo.** O la supresión de las escalas de grises o de tonalidades, con esto se trata de interrumpir la representación

continua de la realidad, aquí encontraríamos como ejemplos, los altos contrastes fotográficos, en donde los efectos del negro sobre el blanco o su equivalente en colores planos muy saturados, producen un efecto de "mancha" que contribuye para pensar más, en que es un grafismo a una simple foto abstracta.

e) **El aplanamiento.** Lo que se realiza aquí es la supresión del volumen, perspectivas o parámetros que nos indique un plano tridimensional.

En todos estos "efectos fotográficos" se puede observar, que estos surgen de la manera en que se perciben los objetos, o sea la manera inusual de ver y capturar imágenes.

Fotodiseño

El fotodiseño "es fotografía abstracta, no abstraccionismo. Fotografía porque está hecha con medios fotográficos puros. Abstracta, porque no reproduce

cosas ni objetos de la realidad, sino creaciones óptico lúminicas".⁷¹

Por consiguiente, el principio de fotodiseño es opuesto al del grafismo.

La intención del fotodiseño no es cambiar el sentido de una imagen modificándola, sino crear sensaciones ópticas, espacios imaginarios a partir de un *desing* (en el sentido moderno y pleno del término y no en el sentido parcial de su etapa gráfica) que se compone por esta cadena:

Concepción -visualización mental/ planificación de la información en términos simbólicos / visualización fotográfica, y por último compaginación (figura y texto).

La mano no interviene en el fotodiseño, no hay manipulación, no hay transformación, ni modificaciones. "El fotodiseño rehuye la representación naturalista y es por eso que no necesita manipularla".⁷²

No manipula sino que crea, visualiza formas imaginarias.

El fotodiseño es en principio una categoría del foto-arte, por su alta cualidad estética y su falta de "función" a simple vista, sin embargo, se puede aplicar como una solución a problemas de diseño gráfico, por ser creado con un intención precisa.

El término fotodiseño fue compuesto por el profesor de imagen y comunicación, de la Universidad Autónoma de Barcelona, Joan Costa, y surge de conjugar las ideas de sus componentes foto y diseño, para designar esta forma tan específicamente fotográfica y a la vez conceptual y no figurativa, de la creación iconográfica técnica.

"Fotodiseño es el procedimiento y resultados de un trabajo experimental al principio, de figuración fotográfica abstracta, todo encaminado por el concepto de *desing*".⁵²

⁷¹ *Imagen Global* / Joan Costa / Barcelona CEAC 1987.

⁷² *El lenguaje fotográfico* / Joan Costa / Ibérico-Europa Ediciones Madrid 1977 / pp 203

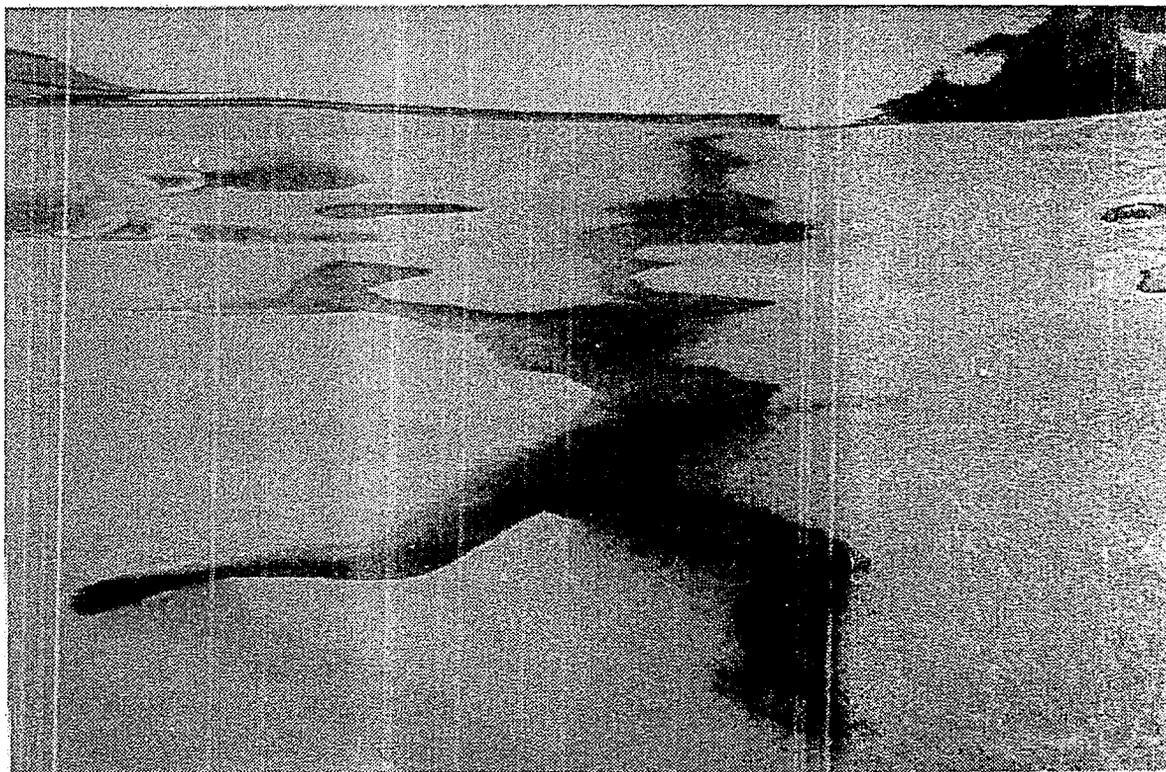
En el fotodiseño no se parte de imágenes. Por eso no se utilizan formas figurativas, no se manipulan imágenes. Tampoco se parte de un objeto iluminado puesto ante la cámara.

Existe un procedimiento de síntesis entre diseño y fotografía en el fotodiseño.

Fotografismo y fotodiseño

Ambos procedimientos tienen en común la aplicación del arte gráfico, es decir que elaboran un mensaje funcional a partir de figuras, imágenes y eventualmente textos, la finalidad de éstos, son ser reproducidos por medios fotomecánicos en calidad de impreso, esta operación no es característica esencial del mensaje en ambos procedimientos fotográficos.

En ambas especialidades interviene un grafista, a diferencia que en el fotodiseño, interviene para realizar la compaginación clásica: encuadre de la imagen



Franco Fontana

final, definición de tamaños en relación con el texto.

Otro aspecto común entre fotografismo y fotodiseño es obviamente, el uso de la fotografía, pero hay una circunstancia radicalmente diferente en el fotografismo se aplica el procedimiento fotográfico, esto es registrar objetos de la realidad que están situados, iluminados y ante la lente.

En cambio en el fotodiseño interviene el medio fotográfico, pero usado en diferente sentido.

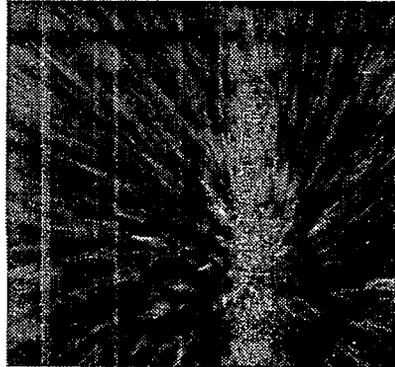
“El principio del fotografismo es la imagen semejante del modelo que se fotografía”.⁵³ Esta imagen puede ser más o menos distorsionada o abstractizada pero no deja de ser una imagen semejante de un modelo.

El segundo principio del fotografismo es la manipulación, esta se da por procedimientos: ópticos, químicos y mecánicos y materialmente manipulada en su estado final a través de retoques, coloreados, mutilaciones, rasguños, etc.

Comparando estos principios del fotografismo contra los del fotodiseño encontramos; **“el primer principio del fotodiseño es la creación abstracta”.**⁵⁴

Ante todo la creación de un cuadro combinatorio de invención preparado por el diseñador-conceptista y de cuyo cuadro el fotógrafo-visualista extraerá los datos para elaborar una visualización determinada, finalmente, la creación o el “mensaje”, es esta visualización.

“El segundo principio del fotodiseño es la exploración del propio lenguaje fotográfico, en abstracto. Es decir que el fotodiseño se basa en la continuidad esencial de la imagen en



Ejemplos de fotodiseños



⁵³ *El lenguaje fotográfico* / Joan Costa / Ibérico-Europa Ediciones Madrid 1977

⁵⁴ *Imagen Global* / Joan Costa / Barcelona CEAC 1967

la impresión luminosa sobre la superficie sensible".⁵⁴

De esta manera se puede observar que el fotodiseño se basa en la colaboración del diseñador (conceptista-visualista) el fotógrafo (visualista) y con el grafista.

Aquí el grafismo sólo es parte del diseño, entendiendo éste como un proceso, en este se encuentran la planificación, la racionalidad organizativa, la mentalidad lógica como contrapunto y complemento de la imaginación creativa y de la visualización final. El diseño es un medio de creación, es por eso que en el esquema del origen del fotografismo aparecen en la "creación espontánea" – disciplina del grafismo.

El diseño es en sí mismo, abstracción, creación. Es más que la habilidad de dar forma gráfica a un proyecto, es un medio de creación.

Si decidiera fotografiar un árbol que se encuentra en medio de un campo podría escoger entre un número indefinido de variables: desde elegir la estación, la hora y la luz, hasta seleccionar el ángulo de vista y la proximidad, pasando por las opciones que me ofrece el instrumental técnico. Sólo una cosa es invariable: El árbol.

La fotografía siempre procede así, necesita un objeto físico, de algún modo iluminado y parado frente al lente de la cámara.

La creatividad puede tomar de referencia el árbol o se puede elaborar un árbol artificial otro objeto o escena cualquiera. Pero la situación entre el modelo real y el objetivo es invariable. Después de la toma, la creatividad puede continuar hasta hacer desaparecer la referencia real de la imagen por medio de manipulaciones. Pero la imagen no sería posible sin esta referencia real.

El fotodiseño no parte de un objeto real preexistente, sino de una idea,

esto es un diseño que implica la voluntad y el proceso de crear alguna cosa determinada por el diseñador para un fin concreto.

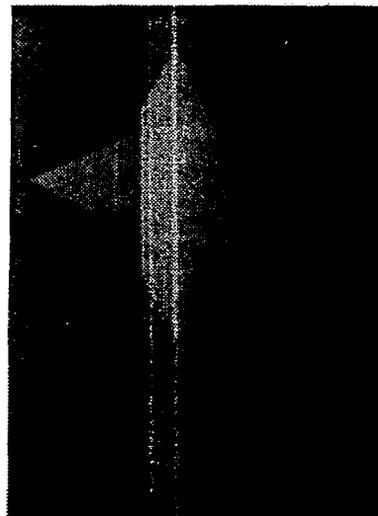
Es el diseñador (conceptista-visualista) quien define el sujeto a visualizar.

Pero este objeto no será copiado de la realidad física sino que será construido en tiempo real por el fotógrafo (visualista) en el momento de la toma.

El fotógrafo debe ser experimentador y debe dominar los recursos de la luz y no de la iluminación ya que ésta es una diferencia de base.

Es obvio que se tendrán que realizar muchas pruebas hasta ir conociendo más el procedimiento.

Del mismo modo en que un diseñador industrial empieza a crear un objeto con un fin funcional, por ejemplo "un objeto para sentarse", pero no copiará otras sillas sino que tomará el



Lubricantes en España / Fotodiseño para envases

⁵⁴ Foto Diseño / Fontsubera Joan / Ediciones CEAC / Barcelona 1988.

punto de vista de la ergonomía que es **"la adaptación del diseño a la estructura orgánica y los movimientos del hombre"**.⁵⁷

Igualmente el fotodiseñador define previamente una necesidad de visualización en términos verbales del mismo modo que se define "un objeto para sentarse" y una serie de condiciones que se exigirán a este objeto, lo cual tiene un propósito de comunicación.

Las condiciones necesarias se pueden dar en una gráfica en donde se puede observar como se combinan los conceptos y se encuentran en el siguiente esquema.

En este esquema se aprecia como el fotógrafo (visualista) crea fenómenos provocados de naturaleza, óptica, cromática, especial, cinética. Esta es exactamente la clave fotográfica del fotodiseño.

La flexibilidad y el potencial

⁵⁷ Foto-Diseño / Fontcuberta Joan / Ediciones CEAC / Barcelona 1988 / pp 197

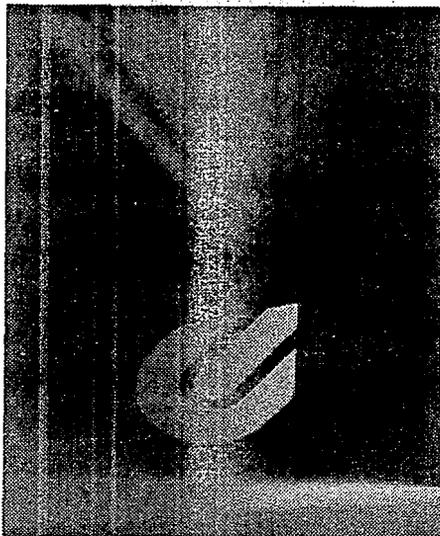
⁵⁸ Idem / pp 206

combinatorio que se observan en el esquema, sus múltiples interpretaciones posibles hace que se logren un gran número de soluciones donde las figuras, los colores y las relaciones espaciales varían notablemente. Esta impresionante producción de "imágenes" ofrece unas amplias capacidades de selección, lo cual constituye una fuente creativa de gran importancia.

En el fotodiseño no se fotografían las cosas de la realidad, pero si se producen figuraciones específicamente fotográficas.

El producto del fotodiseño no son imágenes propiamente dichas **"Imago, cuya raíz Inn es la misma de Imitaré = Imitación de algo necesariamente preexistente"**.⁵⁸

Etimológicamente, imagen es el reflejo de algo físico precedente, trasladado por medio de unos trazos sobre la superficie de un soporte, es de suponerse que existe antes el objeto a imitar por



Siderúrgica ensidesa / fotodiseño / Medios de comunicación

reproducción. El resultado que se obtiene en el fotodiseño son "figuraciones icónicas".⁵⁹

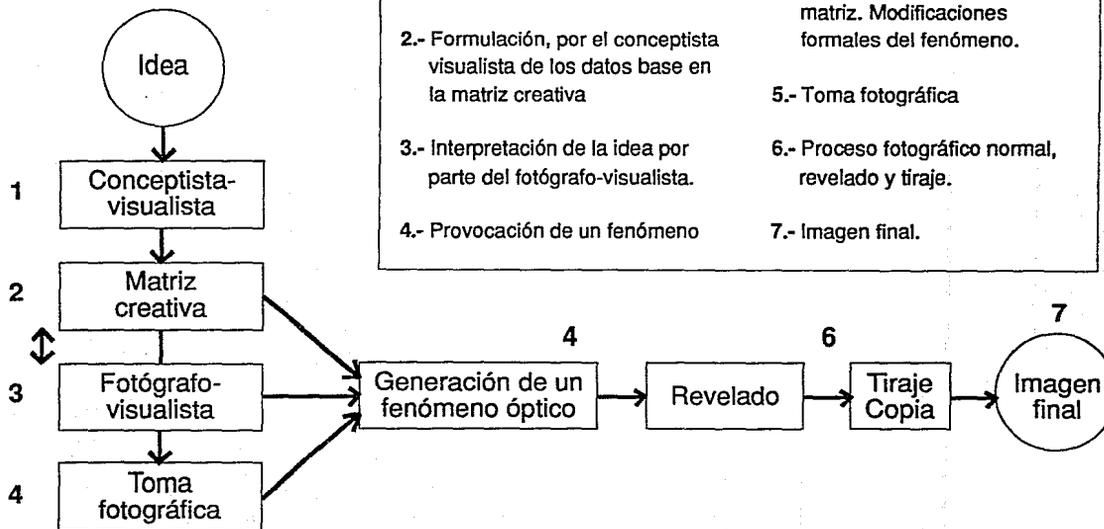
En el fotodiseño no hay tratamiento fotográfico en laboratorio, ya que las figuraciones del fotodiseño se obtienen siempre directamente y por lo mismo tampoco existe "manipulación". Finalmente el grafista, interviene para proceder a la compaginación de figura y texto, y a la realización del original, para su reproducción. En la reproducción fotomecánica tampoco hay manipulaciones.

Para finalizar este capítulo y en sí el tema del fotodiseño terminará mostrando un caso práctico del cual conseguí algunos ejemplos de como se hizo fotodiseño.

Existen dos factores dentro del fotodiseño que son los denotadores y los connotadores, los primeros son los elementos gráficos que sirven de base para el desarrollo creativo del diseño.

⁵⁹ *Foto-Diseño* / Fontcoberta Joan / Ediciones CEAC / Barcelona 1988 / pp 209

Génesis y producción de fotodiseño



1.- Idea adaptada a una necesidad de diseño aplicado.

óptico, introduciendo las diferentes variables de la matriz. Modificaciones formales del fenómeno.

2.- Formulación, por el conceptista visualista de los datos base en la matriz creativa

5.- Toma fotográfica

3.- Interpretación de la idea por parte del fotógrafo-visualista.

6.- Proceso fotográfico normal, revelado y tiraje.

4.- Provocación de un fenómeno

7.- Imagen final.

estos factores son explícitos y aportan el mensaje final. Los factores connotadores se incorporan a los anteriores, en diferentes pesos o intensidades, estos elementos serán siempre abstractos.

El ejemplo que se muestra es para la boutique internacional. El **corte Inglés**, el objetivo es crear un diseño para su línea de bolsas.

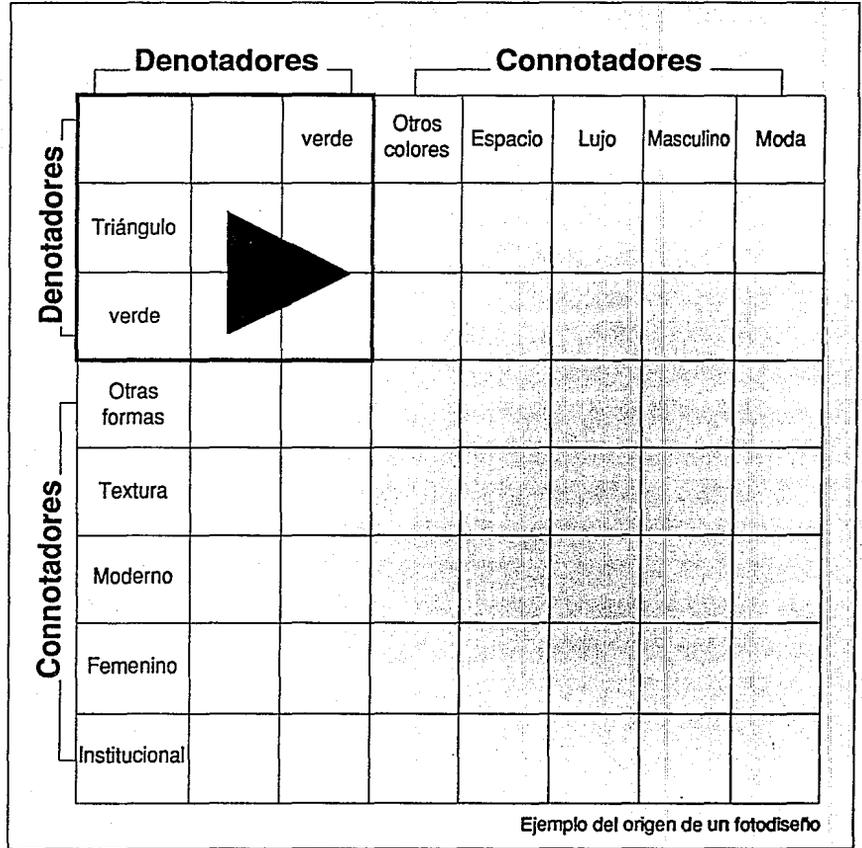
Esta boutique cuenta ya con un logotipo y con una imagen ya muy establecida, entre los factores denotadores están los signos gráficos, como es su figura triangular, en cuyo interior se encuentra el logotipo de la empresa y es de color verde.

Las posibles combinaciones

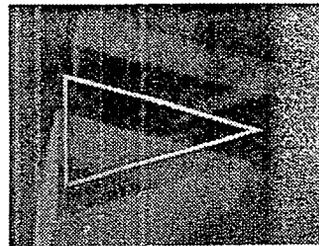
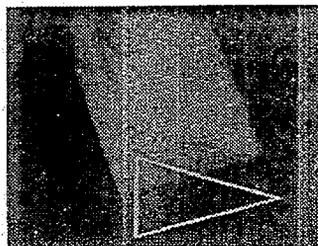
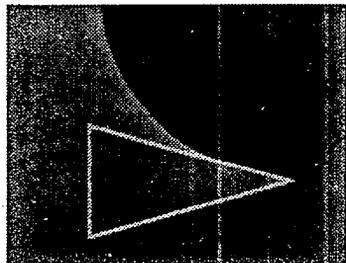
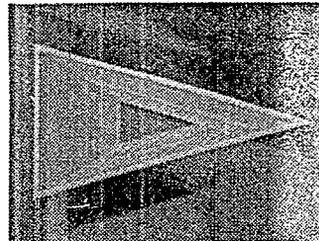
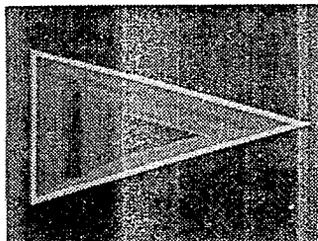
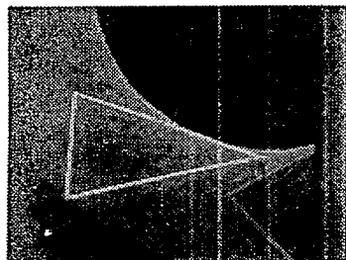
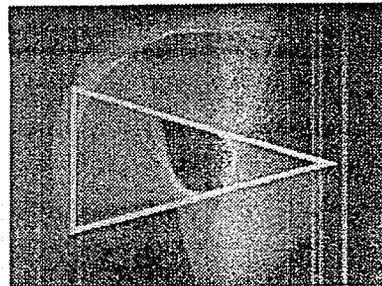
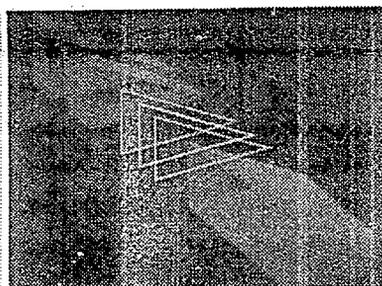
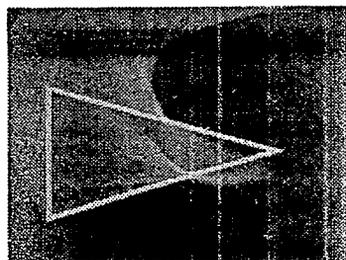
partirán por lo tanto de estos elementos de base: icónico y cromático.

El resultado del fotodiseño deberá expresar: sensación de espacio, evocar lujo y modernidad, de carácter internacional para ambos sexos y deberá sugerir alta moda.

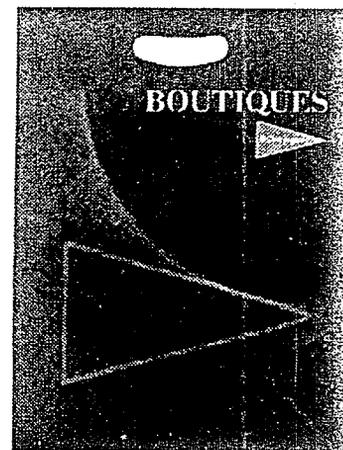
Para entender un poco más el proceso creativo del fotodiseño, es necesario ver el cuadro gráfico con los elementos combinatorios para su realización.



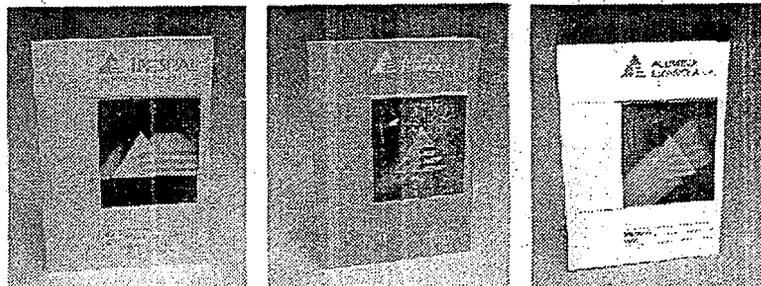
Ejemplo del origen de un fotodiseño



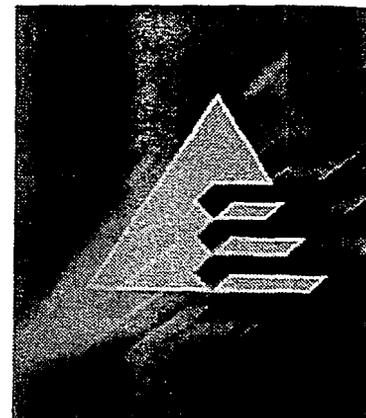
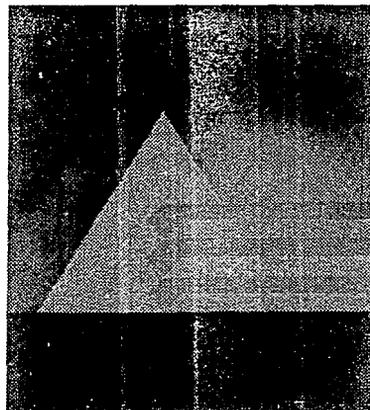
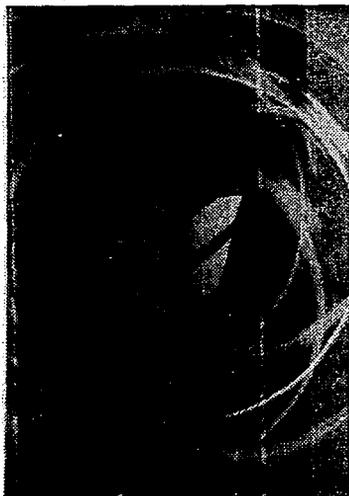
Fotodiseño / El corte Inglés /
Línea de bolsos



A continuación algunos otros ejemplos de fotodiseños que han sido desarrollados para fines prácticos, como portadas de libros, de anuarios, de chequeras, de envases y algunos de páginas interiores con fines estéticos.



Fotodiseños / Grupo español de empresas del aluminio / Aplicación a la gráfica publicitaria



Para concluir esta Tesis, quisiera remarcar la importancia de las dos manifestaciones fotográficas aquí analizadas, el fotodisegno y el fotodiseño.

Como se pudo observar mediante un análisis profundo realizado a la fotografía, raíz de estas dos manifestaciones y también al grafismo y al diseño, estos se componen de cualidades muy propias y algunas semejanzas que a simple vista podrían pasar desapercibidas pero al utilizarlas por separado nos dan diferentes soluciones de comunicación visual.

Fue esencial al análisis semántico y técnico realizado a la fotografía, grafismo y diseño, para así poder entender el origen, desarrollo y evolución del fotodisegno y fotodiseño.

Se mencionaron algunas tendencias artísticas como el dadaísmo, la Bauhaus y el

fotocollage, que sería este último la base del fotodisegno, tendencia fotográfica que daría soluciones visuales impactantes a la publicidad de esta época, y que ha ido evolucionando y continúa desarrollándose de acuerdo al avance tecnológico.

Mostramos el proceso de obtención y manipulación de imágenes, además de los elementos que componen el fotodisegno, así como su utilidad dentro del campo publicitario.

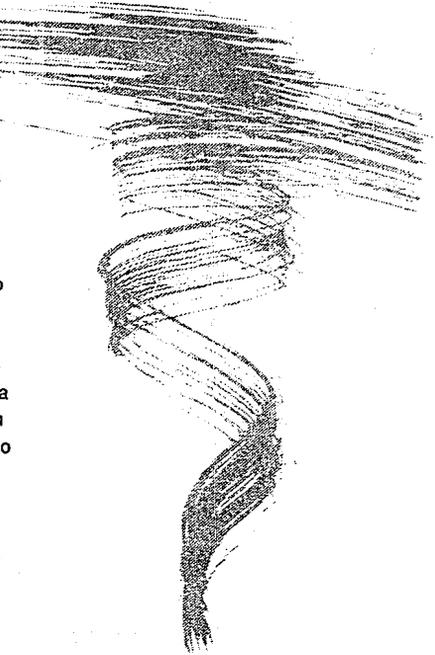
Con el desarrollo de nuevas tecnologías surgen innovaciones y nuevas tendencias, y dentro del campo fotográfico, se origina una manifestación fotográfica, denominada fotodiseño, con características y conceptos propios de la fotografía, pero que se diferencia del fotodisegno por su característica de proceso y obtención de imágenes.

La aportación que se pretende con

esta Tesis, no es la de formar expertos fotógrafos, si no más bien dotar de los conocimientos básicos de estas dos manifestaciones fotográficas, para poderlas entender y desarrollarlas mediante su aplicación como nuevas alternativas de solución en el área de la comunicación visual dentro del campo de la Publicidad.

Como en cualquier otra área creativa no será fácil al principio incorporar estas dos alternativas fotográficas, pero mediante la experimentación y la práctica continua, podrán desarrollarse poco a poco, hasta obtener imágenes que sean soluciones visuales de un gran contenido creativo.

Siendo de esta manera, el único límite, en la creación y realización de nuevas e impactantes imágenes, será nuestra propia creatividad.



Fotografismo Publicitario Internacional.

Tobias M. Barthel
Editorial Gustavo Gill, S.A.
Barcelona Rosellon 87-89

Enciclopedia Focal de la Fotografía

2 tomos Ediciones Omega
Barcelona 1975

Sobre la Fotografía

Susan Sontag
Ed. Sudamericana
Buenos Aires 1980

Manual de Laboratorio Fotográfico

H. Blume
Ediciones Madrid

Artes Gráficas para Dibujantes y Técnicos Publicitarios

Col. Aprender haciendo-grafismo
Inst. Parramon
Ed. Barcelona 1980

Manual de Técnica Fotográfica

John Hedgecoe
H. Blume
Ed. Madrid 1977

El Arte de Fotografía en color

H. Blume
Ed. Madrid 1977

Calligraphie, Picture Chinoises et art abstract

Ed. Ides et Calendes
Neuchatel 1973

Graphic Desing Manual

Armin Hoffman
Ed. Arthur Niggli Teufen
Suiza-1965

Diseño Fotográfico

Hans Gotze
Serie "Como hacerlo"
Inst. Parramon Ediciones,
Barcelona 1977

Historia del Dadaísmo

Hans Richter
Ed. Nueva Visión
Col. Ensayos, Arte y Estética
Buenos Aires, Argentina 1973

Dada Documentos

Ida Rodríguez Prampolini
Ed. UNAM.
Col. Investigaciones estéticas
México 1977

Diseño Gráfico

Jonh Iaing
Edit H. Blume. Madrid

Manual del Diseñador Gráfico

Bert Braham
Ediciones Celeste

Diseño Experimental sin

Estadística
Castro, Luis
México 1975
Editorial Trillas

Imagen Global

Costa, Joan
Barcelona CEAC. 1987
(Evolución del diseño de identidad)

Diseño-historia e imágenes

Penny Sparke
Madrid, 1987

Fotodiseño

Fontcuberta Joan
Ed. CEAC, S.A.
Barcelona 1988

El Diseño Gráfico

Statue, Eric
Madrid, Alianza 1988 (Arte comercial)



Estética Fotográfica

Bruder Verlag
Selecc. de textos
Munich 1955

Del Pigmento a la Imagen

Caslo Moholy-Nag.
Edit. Tlehor 1936

Subjetive Fotografie

Otto Steinert

Andreas Feninger

Photographic Seeing
Ed. Thamer & Hudson
Londres 1974

El pop-Art Imaginación sin

límites
Andrew Nevermann
H. Blume
Madrid 1978

La Fotografía: Un Arte Intermedio

Ed. Nueva Imagen
México 1979

La Fotografía Teórica y Práctica

Jr. Clerc.
Ediciones Omega
Barcelona 1975

Retos Fotográficos

Col. Fotografía Creativa
Edit. Salvat, S.A.
Barcelona 1986

El mundo en Blanco y Negro

Col. Fotografía creativa
Edit. Salvat, S.A.
Barcelona 1986

La magia del color

Col. Fotografía creativa
Edit. Salvat
Barcelona 1986

El lenguaje fotográfico

Joan Costa / Ibérico-Europa
Ediciones Madrid 1977

**La fotografía, entre sumisión
y subersión**

Edit. Trillas
México 1987

Diseño Fotográfico

Hugh Marshall
Edit. Gustavo Gilli
México 1990

Función Social del Cartel

Dosep Renau. Fernando Torres

El Retoque

Ed. Valencia 1976
Col. Foto-cómo hacerlo
Inst. Parramon Ediciones

Fotomontaje

Dawn Ades
Bosch Edit.
Barcelona 1977

Fotografía Aplicada

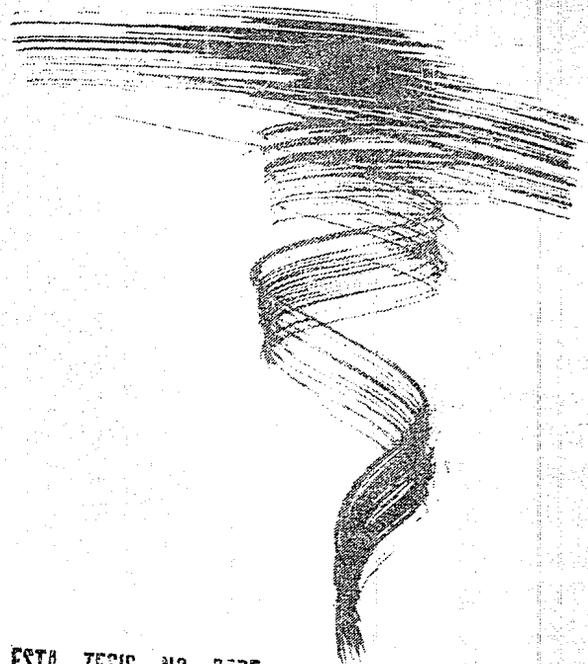
Arnolds-Rolds-Stewart
Ediciones Omega
Barcelona 1974

**Los carteles, su historia y
lenguaje**

Col. Comunicación Visual
Gustavo Gilli
Barcelona 1972

**New Graphic Design in
Revolutionary Russia**

Praeger Publisher
New York
Washington USA 1972



ESTA TESIS NO PUEDE
SALIR DE LA BIBLIOTECA