

6
24



ESCUELA **NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

*Breve estudio
de los criterios de selección
de imágenes fotográficas en
portadas de revistas culturales*

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

Licenciado EN **DISEÑO
GRÁFICO**

PRESENTA:

LUIS / ARGUELLES I

Director de tesis:
JOSÉ LUIS AGUIRRE GUEVARA

México D.F.
JUNIO 1974

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta 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.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

DIOS

gracias

ROBERTO ARGUELLES E IRENE ARREDONDO

ROBERTO CARLOS FRANCISCO

por siempre a todos ustedes

LUVIA

A:

**MI TIA PITA ARGUELLES
Y MI ABUELO MANUEL ARGUELLES**

UN ESPECIAL AGRADECIMIENTO POR SU APOYO A:

LOURDES ALMEIDA

GERARDO SUTER

FERNANDO FERNÁNDEZ

JORGE PABLO DE AQUINACO

GERMAN MONTALVO



Luis
Enrique
Arguelles
Arredondo

BREVE ESTUDIO
DE LOS CRITERIOS
DE SELECCIÓN

DE IMÁGENES

FOTOGRAFÍAS

EN PORTADAS

DE REVISTAS
CULTURALES

PAGINA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

P VII

CAPITULO

2

EL BINOMIO FOTO-DISEÑO

CAPITULO

ORIGENES DE LA FOTOGRAFÍA

1.1

USOS DE LA
FOTOGRAFÍA
P 2

1.2

RELACIÓN
FOTOGRAFÍA - DISEÑO
GRÁFICO
P 14

1.3

APLICACIÓN DE LA
FOTOGRAFÍA EN
PORTADAS
P 35

2.1
CATEGORÍAS FORMALES
DE LA IMAGEN
P 42

2.1.1
Realismo - Distorsión
P. 46

2.1.2
Equilibrio - Inestabilidad
P. 47

2.1.3
Contraste - Armonía
P. 48

2.1.4
Plana - Profunda
P. 50

2.2
CONCEPTO
GENERAL DEL DISEÑO
P 51

2.2.1
*Originalidad y
funcionalidad*
P. 53

2.3
COMPOSICIÓN
P 55

2.3.1
Simplicidad y complejidad
P. 56

2.3.2
*Predicibilidad y
espantaneidad*
P. 57

2.3.3
Coherencia y variación
P. 57

2.3.4
*Secuencialidad y
aleatoriedad*
P. 58

2.4
TIPOGRAFÍA
P 59

2.5
COLOR
P 61

2.5.1
Rojo
P. 64

2.5.2
Amarillo
P. 65

2.5.3
Verde
P. 66

2.5.4
Azul
P. 67

CAPITULO

3

**PROPIEDADES DE LAS
FOTOGRAFÍAS
EN LAS PORTADAS**

3.1

FOTOGRAFÍA Y DISEÑO
EN PORTADAS DE
REVISTA
P 69

3.1.1

Análisis de las portadas
de VICEVERSA
R. 70

3.1.2

Análisis de las portadas
de UNIVERSIDAD DE
MÉXICO
R. 76

3.2

MANIPULACIÓN DE LA
IMAGEN
P 79

3.3

COMPOSICIÓN DE LA
IMAGEN
P 84

3.4

EL BLANCO Y NEGRO Y
SU SIGNIFICACIÓN
P 87

3.5

EL COLOR Y SU
SIGNIFICACIÓN
P 89

CAPITULO

4

**CRITERIOS
PARA LA
UTILIZACIÓN
DE
FOTOGRAFÍAS
EN PORTADAS**

4.1

UTILIZACIÓN POR
POLÍTICA EDITORIAL
P 93

4.2

UTILIZACIÓN POR ESTILO
DEL FOTÓGRAFO
P 95

4.3

UTILIZACIÓN POR
NECESIDAD DEL DISEÑO
P 100

4.4

UTILIZACIÓN POR
PRESUPUESTO
P 103

CONCLUSIONES

P 106

BIBLIOGRAFÍA

P 113

Cualquier forma de creación implica dos maneras de llevar a cabo el trabajo; por una parte la labor estrictamente libre, que puede resultar en cierta forma azarosa, circunstancial o visceral; y por otra, un conocimiento que puede ser empírico o adquirido metódicamente.

En el caso del diseño gráfico en el momento de la creación, los aspectos accidentales y ocasionales son desplazados por el desarrollo metodológico que se ha seguido y que esta disciplina exige para armar mensajes visuales que resulten eficaces.

El mensaje, en cualquier medio de comunicación visual es la parte mas importante, la primordial; y los elementos gráficos que se utilizan para conformarlo como el color, la forma, la composición etc. estan supeditados a las necesidades de su construcción global; si sucede totalmente lo contrario, que el

Introducción

mensaje sucumba a la necesidad de la selección arbitraria de los elementos gráficos es casi seguro que la comunicación resulte ineficaz.

Para construir mensajes en el diseño gráfico se cuenta con un extenso abanico de posibilidades, uno de los elementos principales han sido las imágenes fotográficas. Desde que se pudieron utilizar las fotografías en los medios impresos visual a finales del siglo pasado, se convirtieron en una forma de comunicar insustituible, se iniciaron en periódicos, después en toda clase de impresos, publicidad, carteles, revistas, libros y actualmente en cualquier cantidad de medios, no solo impresos, sino visuales y audiovisuales.

Tan prolífico y abundante ha sido su empleo, que el aplicarla, se ha convertido en una convención, es utilizada sin recato alguno en la mayoría de las ocasiones; para esto, se han escrito

muchas investigaciones sobre la teoría de la imagen fotográfica, pero existen situaciones que podrían ser tan elementales o que se dan por hecho que han pasado inadvertidas y no han sido documentadas.

Esta investigación no pretende convertirse en un manual de aplicación de la fotografía en portadas de revistas, el verdadero interés es realizar un breve acercamiento al conocimiento de la aplicación de la fotografía en portadas de revistas, analizando algunos ejemplos de ellas y conociendo los comentarios y versiones de expertos en este campo.

Este estudio en su primer capítulo mostrará un breve repaso de el uso que se le ha dado a la fotografía, desde que apareció por primera vez en el estudio del francés Joseph Nicephore Niepce pasando por el retrato, el fotoperiodismo hasta por la aplicación de fotografía en otros campos ajenos a la comunicación.

También en este mismo apartado se revisará de manera breve el origen histórico de la relación fotografía-diseño gráfico, donde empiezan a unirse, vincularse e interactuar, presentando a algunos de sus principales exponentes en sus inicios y en su desarrollo. Esto para tener un panorama histórico de la aplicación de la fotografía en soportes del diseño gráfico.

Asimismo se observarán y analizarán algunos los primeros periódicos en México y el mundo, que a finales del siglo XIX contaban con formatos tipo revista que utilizaban imágenes fotográficas en sus interiores y los primeros que las utilizaron en sus portadas. De la misma manera se repasarán algunas revistas que utilizaban ya en sus portadas fotografías impresas por medios fotomecánicos.

El capítulo dos estará conformado por teoría sobre la imagen, la composición,

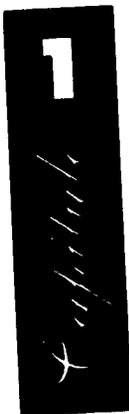
el color y los elementos que nutren a las formas gráficas y las fotografías; esto servirá como base y sustento a los análisis de los capítulos posteriores, que de las revistas seleccionadas se harán. Se revisarán algunas portadas en el apartado final de este capítulo; específicamente desde el punto de vista de los componentes gráficos que conviven con la fotografía, como la tipografía, el color, la composición etc.

En el capítulo tres se entrará de lleno en lo que es el análisis del diseño, las formas, colores y tipografía específicos y la forma de manejar la fotografía en interacción con esos elementos por las revistas estudiadas.

De igual forma se observará que clase de fotografías utilizan y de que manera son aplicadas; buscando una justificación con bases teóricas y técnicas de la selección de cierto tipo de imágenes, de la manipulación de cierto tipo de

fotografías, por que se utiliza el alto contraste, porque usar el blanco y negro o una selección de color etc.

El capítulo cuatro nos acercará mas a fondo y mas cerca para conocer los puntos de vista y las versiones de varlos diseñadores, fotógrafos y editores, de como seleccionan, manipulan, utilizan y aplican cotidlanamente las imagenes fotográficas para la portada de las respectivas revistas que producen o en donde han colaborado.



ORÍGENES
DE LA
FOTOGRAFIA

Actualmente la fotografía goza de una popularidad en todos los ámbitos donde es aplicada y difícilmente sus descubridores en el siglo XIX habrían imaginado tal auge. El uso de la fotografía en esencia, no se remonta al siglo XIX sino como lo asienta Michael Langford: «el conocimiento del principio de la cámara oscura se encuentran en escritas desde antes del nacimiento de Cristo; continúa Langford: el pintor Leonardo Da Vinci ya la utilizaba, o más aun, desde el siglo XVI en adelante, se utilizaban ya objetivos de una sola lente para aumentar la iluminación y mejorar la nitidez.¹

En el siglo XVIII la proliferación y uso común de las cámaras oscuras para el dibujo, y el perfeccionamiento en la construcción de las lentes, conllevó al siguiente paso: la fijación permanente de las imágenes sobre un soporte físico.

El primer hombre en la tierra que usó la fotografía para reproducir la realidad (con las limitantes su procesa) fue el francés Joseph Nicéphore Niepce; este casual descubrimiento se debió a que Niepce, dedicado en ese entonces a la litografía recientemente inventada, y al no tener habilidad para el dibujo, quiso fijar en el material litográfico mediante la cámara oscura una imagen de la realidad. Muy adentrado en sus investigaciones fijó por primera vez en 1826 la imagen de la vista superior del patio de su casa.²

Niepce en un principio quiso utilizar fotografías en los procesos litográficos de impresión de esa época, buscando emplearla como parte de sus impresos, pero al no lograrlo y sin proponérselo,

USOS DE LA
FOTOGRAFÍA

¹ LANGFORD, Michael
TRATADO DE FOTOGRAFÍA
EDITORIAL OMEGA
BARCELONA 1980
PAG. 171

² NIEPCE, Jean *HISTORIA DE LA
FOTOGRAFÍA*
EDITORIAL OIKOS-TAU
BARCELONA 1971
PAG. 12

le dio el uso más básico que podía conocerse a la fotografía: el de simple registro histórico de un objeto.

Si Niepce fue el primer hombre que fijó una imagen real, otro francés, el multifacético Louis Jacques M. N. P. M. Daguerre con la experiencia de las proyecciones públicas de sus «Dioramas», (que eran grandes panoramas pintados en pantallas traslúcidas), y al conocer los descubrimientos de su colega Niepce, se interesó en ellos; pero pronto se dio cuenta que los experimentos con el proceso que él seguía, tenía varias limitantes. Después de una fugaz asociación entre los dos, Daguerre continuó con sus investigaciones, hasta que en el año de 1837 el proceso de Daguerre tomó forma, a tal grado que pudo comercializarlo con el nombre de daguerrotipo. Esto provocó el «boom» de los Daguerrotipistas, de forma



Primera fotografía
del mundo
1826
Joseph - Nicéphore
Niépce

que: «...pocos días después podía verse en todas las plazas de París cajas oscuras con tres patas plantadas frente a iglesias y palacios...»³ Con este histórico acontecimiento la fotografía empezaba a tener un uso con una finalidad específica.

Un hombre contemporáneo a Daguerre, fue el escritor, científico aficionado y viajero inglés William Henry Fox Talbot; al igual que Niepce y

Daguerre solía utilizar la cámara oscura para sus actividades, y así como a ellos, le inquietaba la impresión permanente de imágenes fotográficas. Paralelamente a las investigaciones de los franceses, Talbot experimentaba sobre la impresión y la producción de copias fotográficas sobre superficies



Daguerrotipo

1845

anonimo



Daguerrotipo

Bodegon 1837

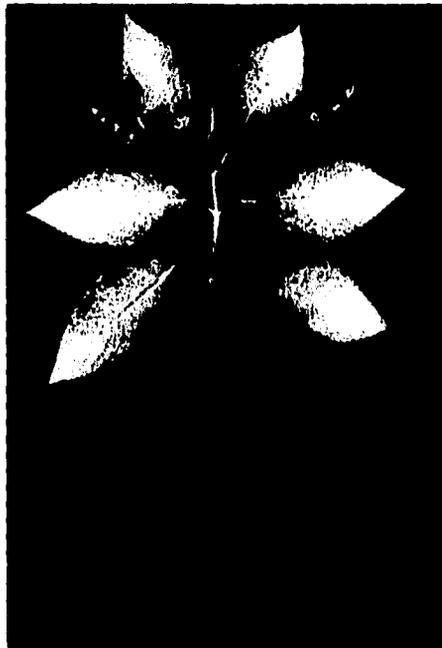
Louis - Jacques

Mandé Daguerre

³ LANGFORD. OP. CIT.,
PAG. 174

mas funcionales como el papel basándose en un negativo.

Sus investigaciones lo llevaron en 1844 a publicar el primer libro ilustrado con fotografías en el mundo, «El lápiz de la Naturaleza»; en el que incluía 24 talbotipos originales y una relación de sus trabajos.»⁴ La edición de este libro dejó la puerta abierta para que a la fotografía se le usara como medio ilustrativo. (...debe recordarse que la primera reproducción fotomecánica de fotografías en tinta de imprenta tuvo lugar 16 años después del libro de Talbot.)⁵



La fotografía tomo un auge muy importante, tanta fue su popularidad y la euforia de su práctica que aquellos hombres que se acercaron al nuevo descubrimiento amasaron inmensas e incalculables fortunas. «A mitad del siglo XIX la mayoría de los fotógrafos ingleses continentales y americanos seguían usando el daguerrotipo para reolizar retratos... Un comerciante de carbón ganó 40 000 libras con su cadena de estudios de daguerrotipo en el primer año de actividad.»⁶

Como se ha visto la practica del retrato fue el primer uso que se le dio masivamente a la fotografía, a tal grado que solamente en París en el año de 1849 se produjeron 100 000 daguerrotipos.

El daguerrotipo y el talbotipo vieron llegar sus ultimas intervenciones cuando en el año de 1851 otro ingles Frederick Scott Archer escultor londinense «con un interés por la fotografía creciente y fecundo de

Dibujo Fotogenico

Ejemplar Botanico

1845

William Henry Fox

Talbot

⁴ LANGFORD, OP. CIT., PAG. 176

⁵ LANGFORD, IBIDEM, PAG. 176

⁶ LANGFORD, OP. CIT., PAG. 177

inventiva»⁷, usuario como muchos de negativos de talbotipo e inconforme con la calidad de estos; encontró con sus investigaciones un proceso mas efectivo y rápida llamado «Colodión.»⁸

«Por primera vez, los fotógrafos podían practicar libremente un sistema de fotografía (gracias a que Archer no lo patentó)... un sistema lo bastante rápido para retratar, de calidad excelente y con la posibilidad de copias múltiples en papel albuminado.»⁹

Este proceso catapultó en definitiva y masivamente a la fotografía en el campo del retrato por un periodo de 30 años «La gente de todas las clases sociales pedía retratos»¹⁰. Fue tal el éxito del Colodión que en 1851 solamente existían 51 retratistas y para el año de 1861 el retrato era ejercido por 2879 fotógrafos.

A partir de este método surgieron los Ambróticos y los Ferratipos que eran ajustes al mismo y tenían la virtud de ser mas baratos y mas resistentes. Esto propició que la Fotografía se adentrara en otros campos ajenos al retrato, al punto que se empezaron a publicar las primeras revistas de fotografía en 1860.

En 1855 muchos hambres motivados con los descubrimientos de los últimos años buscaban nuevas formas en donde aplicar la fotografía y es entonces que el fotógrafo inglés Roger Fenton logra un primer fotoreportaje de una guerra. Así como esta hazaña se dieron muchas y de todo tipo por muchos años.

Pero los avances y mejoras en el terreno de la fotografía no cesaban y debido a las limitaciones del Colodión que era un proceso húmedo y por tanto engoroso se fue perfeccionando y en 1871 se descubrió a la gelatina como sustituto del Colodión. En el 1873 se empezaron a vender placas ya preparadas con la capa de emulsión, y en 1878 las películas mejoraron en cuanto a la rapidez con que reaccionaban a la luz; las largas exposiciones eran tema del pasado.

La comercialización de películas mas sensibles a la luz provocó que los tiempos de exposición fueran mas cortos, entonces se busco un dispositivo que regulara el tiempo de exposición en la cámara; así nació el obturador en la fotografía. La creciente demanda y el negocio de la fotografía permitió la propagación de equipos fotográficos mas modernos y funcionales, las cámaras en la mano empezaron a proliferar; esta ventaja dio lugar a que la fotografía fuera usada en otros ámbitos inexplorados.

⁷ LANGFORD, *IBIDEM*,
PAG. 177

⁸ LANGFORD, *OP. CIT...*
PAG. 178

⁹ LANGFORD, *IBIDEM*,
PAG. 178

¹⁰ LANGFORD, *OP. CIT...*
PAG. 178

En 1878 el distinguido y reconocido fotógrafo inglés radicado en Estados Unidos Eadweard Muybridge fue pionero en detener el movimiento con una cámara fotográfica.

La inquietud por saber si un caballo a galope en cierto momento mantenía las cuatro patas despegadas del suelo, fue el punto de partida de Muybridge para realizar una secuencia con varias imágenes de los movimientos del equino; debido a que utilizó en un principio obturadores no muy efectivos tuvieron que pasar varios intentos para lograr su objetivo. En un intento posterior donde contó con 12 cámaras a lo largo de 12 metros, equipadas con obturadores electromagnéticos, logró la histórica secuencia que abrió las puertas a la fotografía en movimiento.

A partir de este momento la fotografía empezó a ser usada por fotógrafos aficionados.

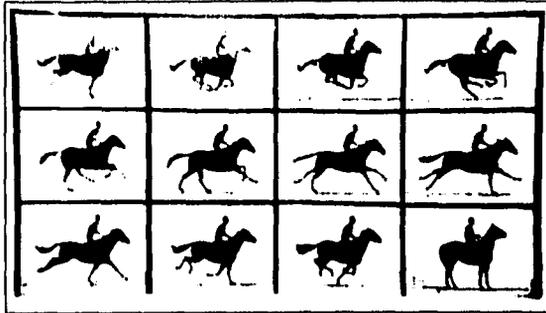
La carrera que emprendiera la fotografía ya no tendría fin, empezó a utilizarse en diversos campos; la evolución de la imprenta propició la puesta en boga de los periódicos ilustrados tomando una significativa importancia. Los acontecimientos importantes se conocían mediante la palabra escrita, dibujos y grabadas. Se requería imágenes fotográficas para redondear la información de las noticias y esto quedó resuelto cuando en 1880 se inventó la plancha de medio tono. Los periódicos ilustrados con fotografías periodísticas se hicieron comunes.

Periódicos y revistas ilustradas eran ya cotidianos. Surgieron periódicos en Europa y Estados Unidos que utilizaban a la fotografía intensamente; en 1904 el *Daily Mirror* de Inglaterra ilustraba enteramente sus páginas con fotografías; otros periódicos como el *Illustrated Daily News* de Nueva York en 1919 siguió su ejemplo editando sus números profusamente ilustrados. Esto, propició el boom del foto periodismo. Ya muy lejos en el tiempo, donde el inglés Roger Fenton acompañado por cuatro asistentes y un carruaje tirado por caballos, que le servía para transportar la gran cantidad de equipo y como laboratorio ambulante; se lanzó a la aventura logrando el primer foto reportaje de una guerra: la guerra de Crimea en 1855. Fue registrada fotográficamente, pese a los problemas causados por los procedimientos del medio aun muy rudimentarios.¹¹

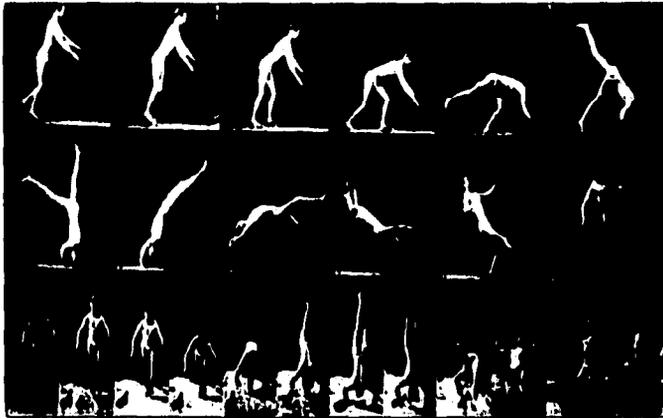
En Alemania después de la primera guerra mundial se da un florecimiento de las artes y las letras y con los nuevos avances que se dieron a finales

¹¹ THEUND, Gisela
**LA FOTOGRAFÍA COMO
DOCUMENTO SOCIAL**
EDITORIAL GUSTAVO GILI
BARCELONA, ESPAÑA 1986
PÁG. 96

del siglo XIX en materia fotográfica, (películas en rollo, mas sensibles, cámaras mas pequeñas etc.) surge el moderno foto periodismo. El alemán Erich Saloman fue el primero en hacer fotografías sin que los retratados se dieran cuenta; gracias al uso de las camaras Ermanox, primeras camaras compactas. Lagra realizar fotografías en lugares donde estaba prohibido intraducir cámaras, como tribunales, casinos etc. Retrata



Copia a la Albumina
Caballo a galope 1878
Edward James Muybridge



Copia a la Albumina sobre
negativa original
Salto sobre la cabeza con
interferencia de palomas
1885
Edward James Muybridge

personalidades importantes en momentos inesperados; y gracias al renombre que alcanza, muchas otras fotografías siguen su ejemplo.

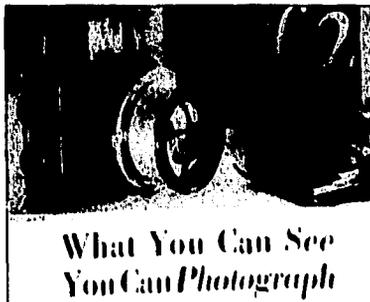
Antes de iniciarse la segunda guerra mundial El Tercer Reich inicia una persecución de los círculos de intelectuales y artistas que se oponen a sus ideales, miles de personas salen exiliadas, entre ellas fotógrafos y redactores que habían formado parte de revistas y agencias de fotografía que quedan bajo control del gobierno nazi. Inglaterra, Francia, Estados Unidos y otros países son el refugio de esos fotógrafos que habían creado el moderno foto periodismo en Alemania y que ahora salían obligados por la represión,

propagando sus ideas y ejerciendo una influencia decisiva en los medios impresos ilustrados de los países que los recibieron.¹²

Una cámara inventada e introducida al mercado masivo en 1925 por el alemán Oscar Barnak especialista en mecanismos de precisión, fue la que abrió aun mas, las puertas al fotoperiodismo moderno; la invención de la legendaria y actualmente famosa «Leica», permitió que el trabajo del

foto periodista fuera mas eficiente, ya que desde su origen fue fabricada de un tamaño muy reducido en comparación con las existentes, así mismo utilizaba una película para 36 imágenes continuas, sin necesidad de recargarla, y contaba con la posibilidad de intercambiar los objetivos.¹³

En otros ámbitos ajenos al periodismo la fotografía también tomó fuerza; el arte moderno experimentaba con este novedoso e inexplorado medio. El pintor y fotógrafo norteamericano Man Ray radicado mucho tiempo en París, fue de los primeros en hacer fotografía sin cámara, realizo experimentos directamente sobre el papel, creando imágenes abstractas y semiabstractas. También fue el creador del efecto fotográfico conocido como solarización, así como de las imágenes llamadas rayografías.



Anuncio comercial de las

cámaras Ermanox

1928



Visita de estadistas alemanes a

roma 1931

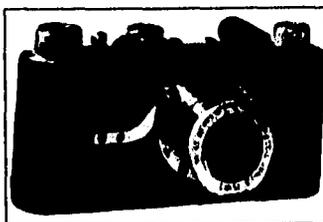
Erich Salomon

¹² FREUND, *OP. CIT.*,
PP. 102 y 111

¹³ FREUND, *OP. CIT.*,
PAG. 108

El diseñador húngaro László Moholy-Nagy fue descrito por Gisele Freund como «...gran teórico de la fotografía, el primero en comprender las nuevas vías que abría en la creación...»¹⁴ Moholy-Nagy experimentaba paralelamente a Man Ray con las rayografías, pero llamadas por él fotogramas, estas imágenes eran logradas colocando objetos tridimensionales sobre papel fotográfico sensible bajo el rayo de luz de la ampliadora.

Así como el arte se nutrió del nuevo descubrimiento, otros campos hicieron lo propio; la ciencia empezaba a auxiliarse de la fotografía y es así que en 1931 el científico Harold Edgerton del Instituto Tecnológico de Massachusetts diseñó una lámpara que producía destellas intermitentes de luz, (actualmente esta lámpara la conocemos como flash). Edgerton continuó con sus investigaciones explorando científicamente los movimientos de alta velocidad, los experimentos de la caída de una gota de leche, la trayectoria de una bala perforando diversos materiales fueron de gran utilidad para la ciencia moderna en estudios sobre el movimiento, la resistencia de los materiales etcétera.



Cámara Leica en
la actualidad
1995

Primera cámara
Leica inventada
por Oskar Barnack
1911 - 1913



Gelatina Bromuro
sobre un negativo
de 35 mm
Retrato de Ernst
Leitz tomado con
la primera
cámara Leica
1917
Oskar Barnack

¹⁴ FREUND, OP. CIT.,
PAG. 172

Las industrias en la actualidad utilizan a la fotografía por ejemplo en la construcción de circuitos electrónicos, "para ello se fotografía un dibujo a gran tamaño del circuito, y el resultado se reduce e imprime en una lamina de metal en la que queda grabado".¹⁵

"La cámara puede acoplarse a multitud de instrumentos ópticos. Los astrónomos pueden estudiar galaxias situadas a millones de años luz de nosotros... Los geógrafos y meteorólogos también se benefician de las fotografías tomadas desde satélites que orbitan en torno a la Tierra para perfeccionar los mapas de que disponen y hacer predicciones del tiempo mas exactas. La fotografía aérea pone de manifiesto aspectos del paisaje o de la vegetación imposibles de ver desde tierra."¹⁶

La industria editorial la emplea para producir libros, revistas, periódicos, folletos etcétera, en la etapa de producción de negativos realizándolos con película de alto



Solarization

Desnudo

1929

Man Ray

Geatno bromuro

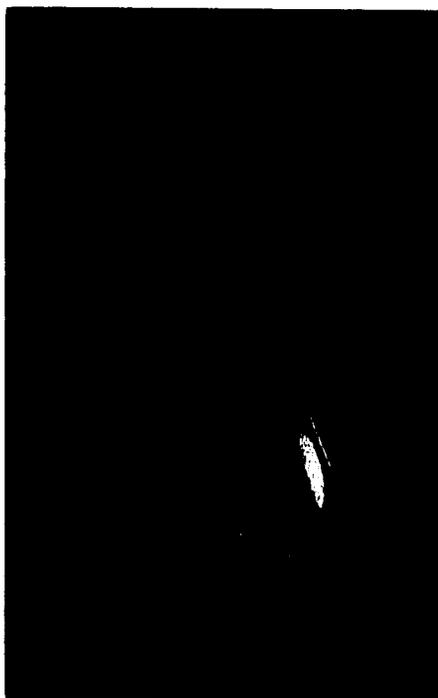
Fotograma

1923

László Moholy - Nagy

¹⁵ LANGFORD, Michael *LA FOTOGRAFÍA PASO A PASO*
EDITORIAL BLUME
MADRID, ESPAÑA 1985
PAG. 12

¹⁶ LANGFORD, *LA FOTOGRAFÍA PASO A PASO*.
PAG. 10



1934

Harold E. Edgerton

contraste partiendo de originales en blanco y negro.

En la medicina es un instrumento indispensable: "las cámaras de investigación medica están acopladas a diversos tipos de microscopios capaces de descubrir las bacterias o virus del organismo."¹⁷

De igual importancia son las actualmente comunes radiografías, fotografías del interior del cuerpo humano que utilizan a los rayos X como fuente de iluminación.

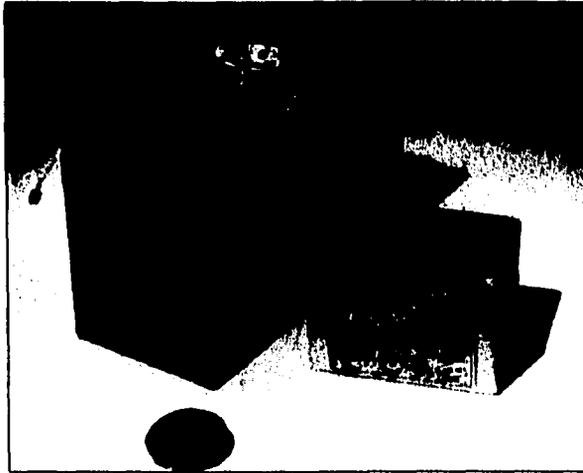
En la actualidad la fotografía está en cualquier área de la vida humana, como ya se ha visto en los párrafos anteriores, se encuentra en el arte, la industria, la investigación científica, la medicina, la publicidad, la comunicación, el registro de la historia, la política, las guerras, y así una lista

¹⁷ LANGFORD, *IBIDEM*. PAG. 12

interminable donde se puede aplicar.

En el área de la comunicación, la fotografía es indispensable principalmente en la comunicación gráfica a través de medios impresos, en ella recae gran parte de la eficacia de los mensajes; se usa en portadas de revistas, cubiertas de libros, posters, carteles, folletos, empaques, etiquetas, calcomanías, periódicos, valantes, anuncios, espectaculares, invitaciones, catálogos, logotipos, displays, cubiertas de discos, tarjetas postales, camisetas etc.

La fotografía no solo es utilizada en los campos especializados del conocimiento humano, también abarca la vida cotidiana; en 1888 George Eastman lanzaba al mercado la primera cámara Kodak que permitía a las personas no especializadas, introducirse en este nuevo mundo; y darle uso, con la única pretensión de recordar acontecimientos importantes mediante imágenes. Momentos que antes se diluían con el tiempo, ahora podían ser fijados para siempre. La famosa frase "Usted aprieta el botón, nosotros hacemos lo demás" que acuñó Eastman dio origen a los fotoaficionados en todo el mundo, y que a la fecha millones de personas continúan reavivando esa frase.¹⁸



Camara Kodak de cajón
con rollo de celuloide
1888



George Eastman inventor de
la camara Kodak de cajón
1888

¹⁸ HEDGECOE, John
FOTOGRAFÍA CREATIVA
EDITORIAL BLUME
MADRID, ESPAÑA 1979
PAG. 28

Las pinturas rupestres son tal vez viejos ancestros de la relación Fotografía-Diseño, ahí, ya se buscaban los objetivos básicos de la fotografía, que era detener el instante, y representar los acontecimientos cotidianos del hombre antiguo; el diseño se encontraba a través de abstracciones gráficas, la utilización del color y el manejo de las formas. Está plasmada la intención de la interrelación en estos iconos de lo que actualmente conocemos como diseño gráfico y fotografía.

El diseño gráfico aparece primitivamente en estas cavernas mediante la síntesis de las formas elementales de los objetos, animales y acciones del hombre de esa época; a través del uso de color imprimían mayor realismo a los sucesos representados en esas paredes.

La fotografía tratada de manera conceptual, surge en esas cavernas, debido a la necesidad de representar el entorno natural tal y como lo sentían, como lo percibían y como lo veían.

Realmente la fotografía como concepto siempre ha existido, las bases de estructuración, de composición, de temáticas, de búsqueda etc. estuvieron ahí.

La pintura, en diversas épocas, corrientes o estilos, afanosamente insistía en la precisión de la luz, del color, de la forma; siempre buscaba acercarse a la magia de la realidad. «Los lienzos de Jan Vermeer poseen una cualidad luminosa que solo es dable encontrar en muy pocas pinturas anteriores o posteriores a su época; un estudio de sus telas evidencia una relación sorprendentemente íntima entre esa cualidad y la luz encontrada en transparencias o copias

fotográficas modernas. Los puntos luminosos que crean un efecto trémulo en sus pinturas, reproducen acertadamente un fenómeno que sólo se encuentra en exposiciones fotográficas ligeramente desenfocadas.»¹⁹

Cuando la fotografía nace, podría decirse que estructuralmente ya era adulta, gran parte de las bases compositivas se habían sentado, y la fotografía solo tenía que evolucionar técnicamente así como con un lenguaje propio.

La relación existente entre fotografía y diseño gráfico da inicio en la misma palabra fotografía, que descende de dos raíces griegas, *potchos*, que significa luz y *grapho*, que significa dibujo; estos dos términos ya unidos fueron utilizados por primera vez en una carta, el 14 de marzo de 1839 por un científico y astrónomo inglés llamado Sir John Herschel amigo de Fox Talbot para denominar de alguna forma el descubrimiento de este último.²⁰

El momento en que se da la interacción de la fotografía con el diseño gráfico como disciplinas autónomas, es, al igual que el surgimiento de la fotografía, paulatino; el diseño gráfico tiene que esperar a que madure totalmente el proceso fotográfico, así como los sistemas de reproducción mecánicos para la impresión en serie.

Un acercamiento entre las dos disciplinas se da cuando William Henry Fox Talbot en 1844 y 1845 publica sus libros, ilustrados con fotografías, "El lápiz de la Naturaleza" y "Cuadros de Escocia hechos por el sol"; en los que incluía talbolipos originales y escritos de sus trabajos.²¹ En estos libros la interacción de la fotografía y el diseño gráfico existía ya; de una forma



El lápiz de la naturaleza

1844

William Henry Fox Talbot

¹⁹ HURLBURT, Allen. *DISEÑO FOTOGRÁFICO*. EDITORIAL GUSTAVO GILI BARCELONA 1983 PAG. 14

²⁰ KEIM, JEAN A. *HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA*. EDITORIAL DIKOS-TAU BARCELONA 1971 PAG. 17

²¹ KEIM, OP. CIT., PAG. 18



L'ILLUSTRATION

1896

Paris, Francia

u otra los elementos del Diseño Gráfico como lo tipografía, el color, el formato del libro o la composición convivían con las imágenes fotográficas de Talbot.

En las décadas de 1880 y 1890 los periódicos y semanarios noticiosos fueron los primeros en convinar los elementos del diseño gráfico con la fotografía, (este acercamiento solo se limitaba o complementar lo información escrita con las imágenes) en ellos se publicaron los primeros imágenes multiplicadas por los procesos fotomecánicos, que consistían en utilizar una película tramada, que dividía la imagen en una serie de pequeños puntos de diferentes tamaños que creaban la ilusión de los medios tonos.²²

Las formas más elementales del Diseño Gráfico como el punto y la línea se encontraban (y se encuentran) en estas tramas fotomecánicas, convirtiendo a una fotografía en una imagen Foto-Gráfica en el sentido

²² MEGGS, Philip G. **HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO**
EDITORIAL TRILLAS
MÉXICO 1991
PAG. 105

estricto de los términos. Ya no era una Fotografía pura, sino una mezcla con formas gráficas.

Esta mezcla entre Fotografía y formas o elementos gráficos fue gradualmente concatenándose; no solo era ilustrar los textos con imágenes, sino que al descubrir los artistas visuales el potencial de la fotografía como elemento gráfico en si mismo, la utilizaron como tal.

A principios de siglo la unión entre foto y grafismo tuvo un auge muy importante, gracias a que diversas vanguardias pictóricas preocupadas por el punto, la línea, el plano, la forma y la textura, comenzaron a influir y a relacionarse muy estrechamente con la fotografía, ya que era un medio de expresión muy accesible.

Los grafistas y fotógrafos fueron los que, al manipular y experimentar con la imagen fotográfica, dieron origen al llamado foto-grafismo,²³ influenciados por la Bauhaus, el funcionalismo, el dadaísmo, el constructivismo, el surrealismo manierista y otras corrientes artísticas, así como también obligados por los conflictos bélicos que se dieron en Europa y América a principios del siglo XX, como la revolución rusa, la primera guerra mundial, el periodo de entreguerras y otros movimientos armados. Los grupos de poder pudieron controlar a los medios de comunicación y utilizarlos a su favor, se valieron del diseño gráfico y la fotografía como una arma mas para fomentar e introducir las ideologías revolucionarias que profesaban, propiciando que estas disciplinas de comunicación gráfica evolucionaran a pasos agigantados.

El fotomontaje a fotocollage, la compaginación imagen-texto, el fotograma etc. fueron algunas de las variantes de esta relación que se vieron favorecidas, y que empezaron a manifestarse y proliferar en medios impresos como carteles, propaganda política, libros, portadas de revistas etc.

Muchos de estos fotógrafos, pintores y artistas visuales iniciaron los experimentos e investigaciones que los acercó a resultados mas concretos para vincular las imágenes fotográfica a los elementos del grafismo.

Uno de los primeros en buscar esta conexión fue en 1912 el francés Francis Bruguere que experimentaba muy acertadamente las exposiciones fotográficas múltiples, "abrió nuevos caminos al potencial de la luz registrada en la película como un medio a la expresión poética."²⁴

²³ FONTCUBERTA, Joan / COSTA, Joan *ESTR.DISEÑO*. EDITORIAL: CEAAC BARCELONA 1988 PAG. 17

²⁴ MEGGS. *OP. CIT.*, PAG. 317

La corriente dadaísta surge en 1914 en Zurich, Suiza, su filosofía principal era el antiarte²⁵ y se basaba en la espontaneidad creativa como uno de sus principales postulados, trajo consigo nuevas formas de experimentación con la fotografía; así como la afirmación de muchos expertos, que decían que la profesión del diseño gráfico nace en esta etapa artística. Ya que el alemán Kurt Schwitters un revolucionario en los aspectos tipográficos, fundó su propia agencia de publicidad" (en la que ofrecía asesoría publicitaria y unos completísimos servicios de diseño), desempeñó cierto tiempo la presidencia del recién creado Circulo de los Nuevos Diseñadores Publicitarios".²⁶

Uno de los principales exponentes en el campo del foto-grafismo, fue el pintor y fotógrafo norteamericano, Man Ray. En 1915 Man Ray al no estar convencido con las reproducciones fotográficas de sus pinturas, que distintos fotógrafos profesionales le hacían, tomo la decisión de realizarlas el mismo; empezó a incursionar en este medio y tras meses de experimentación, estudio y practica de la fotografía, adquirió gran dominio de la técnica hasta convertirse en fotógrafo profesional.²⁷

Viajó a Europa y radicó algún tiempo en París, donde desarrolló la mayor parte de su obra fotográfica, después de relacionarse e interiorizarse profundamente con las corriente dadaísta y surrealista e introducir las a la fotografía.

En la década de los 20's empieza a crear imágenes fotográficas sin cámara, valiéndose solo de la ampliadora como herramienta



Autoretrato
1925
Man Ray

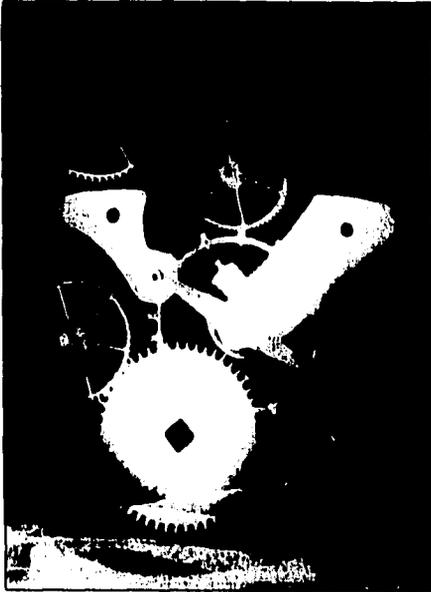
Autoretrato
1925
Man Ray



²⁵ MEGGS, OP. CIT... PAG. 308

²⁶ SATUE, Enric **EL DISEÑO GRÁFICO DESDE SUS ORÍGENES HASTA NUESTROS DÍAS**
EDITORIAL ALIANZA,
MADRID, 1988
PAG. 129

²⁷ HILL, Paul / CODPER, Thomas **DIALOGO CON LA FOTOGRAFÍA**
EDITORIAL GUSTAVO GILI
ESPAÑA, 1980
PAG. 17



Rayografía

1924

Man Ray

creativa. Esta forma de crear imágenes tuvo como antecedente, el haber pintado alguna vez sin pinceles, sin tela o sin paleta, cuando se dedicaba a la pintura.²⁸ "La ampliadora hizo posible la manipulación de imágenes y llegó a ser el principal instrumento en el desarrollo de efectos foto-gráficos.

Rayografía

1922

Man Ray

Un amplio espectro de modificaciones gráficas quedará a disposición del diseñador foto-gráfico gracias a la posibilidad de dividir la exposición entre diferentes negativos y de combinar imágenes, de agregar tramas y superficies con texturas, de forzar contrastes o suavizar los contornos de una imagen, y de introducir destellos de luz para crear efectos de solarización".²⁹

Man Ray como fotógrafo fue el descubridor de las técnicas de solarización y fotogramas; de los primeros en experimentar y usar otros métodos como la distorsión y las exposiciones múltiples, en la búsqueda de imágenes de tipo onírico y crear nuevas interpretaciones del tiempo y del espacio. La solarización consiste en agregar fuertes contornos negros a los bordes de las formas principales, provocados al dar una segunda exposición a la luz de la imagen latente en el cuarto oscuro³⁰ y las fotogramas se basan en depositar uno o varios objetos tridimensionales sobre la superficie de un papel fotográfico sensible y proyectar un rayo de luz sobre él durante un determinado tiempo.³¹



²⁸ HILL / COOPER. *IBIDEM.*
PAG. 17

²⁹ HURLBURT. *OP. CIT.*,
PAG. 23

³⁰ MEGGS. *OP. CIT.*,
PAG. 320

³¹ FONTCUBERTA / COSTA.
OP. CIT., PAG. 61

El movimiento Dadá que se extendió a Berlín en 1918 creó nuevas ideas a través de diseñadores, pintores y fotógrafos que innovaron, utilizaron y produjeron nuevas concepciones dentro del diseño gráfico; se dio la revolución tipográfica, surgió el fotomontaje, el collage y la especialización temática de revistas. La experimentación con la fotografía fue de las aportaciones más prolíficas e importantes.

Raoul Hausmann que pertenecía al grupo Dadá alemán junto con John Heartfield, Hannah Höch y Georges Grosz fueron de los que descubrieron y empezaron a utilizar el fotomontaje en el diseño gráfico, y lo definían como: "Llamamos fotomontaje a este procedimiento, en cuanto expresa nuestra aversión a querer representar el rol del artista. Nosotros nos consideramos ingenieros, constructores y montadores de nuestro trabajo (a la manera de un obrero)".³²

El fotomontaje como técnica fotográfica fue utilizado abundantemente en la propaganda política, por tal motivo el diseño gráfico dio origen a una nueva categoría: el diseño político. Encarnado en el fotomontaje, retomaría elementos de otras áreas como el cartelismo, la caricatura y la publicidad comercial.

Fotografiados
pegados, pluma y
hinta
1920
Raoul Hausmann



³² FONTCUBERTA I COSTA,
IBIDEM,
PAG. 61

El fotomontaje tuvo gran potencial ideológico gracias a la conjunción de esas áreas, que proveyeron la textura fotográfica que proporciona ese tono realista y creíble propio del medio; la limpieza e impacto formal del cartelismo y las estructuras agresivas e incisivas de la caricatura.

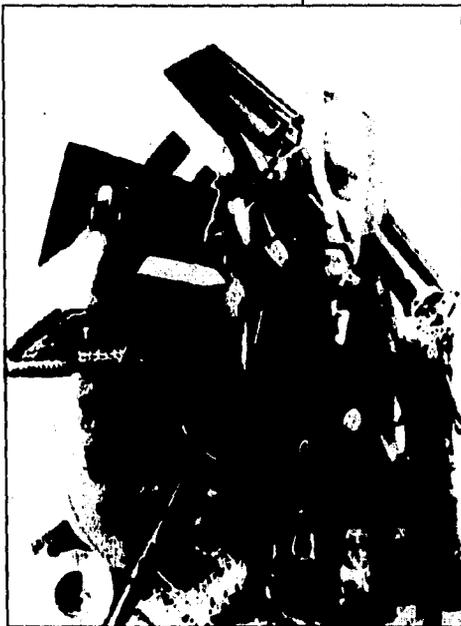
Hanna Höch fue de las mujeres que dentro del grupo dadaísta tuvo una participación importante, realizando fotomontajes políticos y sociales dándole singular importancia en su obra a las condiciones de vida de las mujeres, desde las clases burguesas hasta las más desposeídas; reflejó el momento políticamente crítico, mediante la forma que realizaba sus montajes de la figura humana; colocaba los brazos y piernas extremadamente forzadas al grado de hacerlos parecer maniqués.³³

Dentro de esta corriente uno de los autores más destacados e importantes que fusionaba a la perfección la fotografía con el diseño gráfico, fue John Heartfield, quien realizó trabajos revalorizadores tanto en el contenido del mensaje, como la construcción formal. Gracias a él, las portadas de los libros fueron, (después de los periódicos) en donde las imágenes fotográficas manipuladas adquirieran mayor importancia.³⁴

Heartfield utilizó el fotomontaje como una potente arma de propaganda política contra el partido nazi; a través de carteles, cubiertas de libro, y principalmente portadas de revistas. La revista *AIZ (Arbeiter-Illustrierte-Zeitung)* que empezó a publicarse en 1930 fue el medio impreso que vio realizados la mayor parte de los trabajos de Heartfield; en donde publicó 238 fotomontajes. "...significó la etapa más fecunda (en cantidad y calidad) de su carrera" ...³⁵

Heartfield no era fotógrafo, en ocasiones, para realizar sus montajes,

Fotomontaje
El millonario, o Alta
Finanza
1923
Hanna Höch



³³ FONTCUBERTA I COSTA, *IBIDEM*, PAG. 61

³⁴ FONTCUBERTA I COSTA, *IBIDEM*, PAG. 61

³⁵ SATJÉ, Enic, *OP. CIT...*, PAG. 205

Fotomontaje
Portada de revista
Revista AIZ
1 de Noviembre de
1934
John Heartfield



Adenumber:
John Semjatenon



Fotomontaje
Adolf el super hombre
¡Se traga oro y escupe lo
chatarra!
1934
John Heartfield



Fotomontaje
 Portada de revista
 Revista AIZ
 'El significado de
 Ginebra' La paz no
 puede sobrevivir
 27 de Noviembre
 de 1934
 John Heartfield



Fotomontaje
 Contraportada
 Revista AIZ
 1934
 John Heartfield

ni siquiera acudía a un fotógrafo para realizar su trabajo, recurría directamente a fotografías ya impresas de periódicos o revistas, mostrando sus habilidades en el dominio de la creatividad gráfica. El mismo decía "El artista proletario debe afrontar con caraje el hecho de que la fotografía avanza. Si reúno documentación fotográfica y la confronto hábilmente y con inteligencia, su efecto agitador y propagandístico sobre las masas será inmenso. Esto es para nosotros lo más importante, el fundamento de nuestro trabajo. Por eso nuestro deber es el de actuar mejor sobre las masas, más y con mayor intensidad. Si vencemos en este intento habremos dado vida a un verdadero arte."³⁶

Así como Heartfield fue un precursor en la combinación de elementos fotográficos y gráficos, el húngaro László Moholy-Nagy fue uno de los primeros artistas gráficos en estudiar los conceptos del papel de la fotografía en experiencias prácticas. Maholy-Nagy en sus inicios en el dadaísmo, constructivismo y en los movimientos a los que perteneció posteriormente, siempre busco sustentar teóricamente los procesos en los

³⁶ SATUE, Enric. *IBIDEM*.
 PAG. 205

que se veía involucrado.

Realizó investigaciones paralelas al norteamericano Man Ray, y descanaciendo sus rayogramas, Moholy-Nagy hizo los mismos experimentos que el denominaba fotogramas, término que a la postre se impuso al de Man Ray.

A diferencia de Man Ray que decía que sus rayogramas eran: "...una escritura automática; para Moholy-Nagy la composición de sus fotogramas responden a una reflexión muy madurada. Cada efecto obedece a un cálculo y no se deja nada al azar."³⁷

En 1922 conoce a Walter Gropius director de la escuela Bauhaus. Esta nueva institución era la fusión de dos corrientes alemanas contemporáneas: la Escuela de Artes y Oficios de Weimar y



una escuela de bellas artes. Esta unión se orientaba a una filosofía de unificación de disciplinas, según Gropius la concatenación de la tecnología con las artes, buscaba, no solo la belleza que aportaba esta última, sino que se complementaran, que se lograra un mensaje más completo, más eficiente. Así lo menciona Phillip Meggs en su libro la Historia del Diseño Gráfico: "En el manifiesto de la Bauhaus, publicado por los periódicos alemanes, se estableció la filosofía de la nueva escuela: La construcción completa es el objetivo final de todas las artes visuales. Antes, la función más noble de las bellas artes era embellecer los



Retrato de László

Moholy - Nagy

1925

Fotomontaje y tinta

Cafés

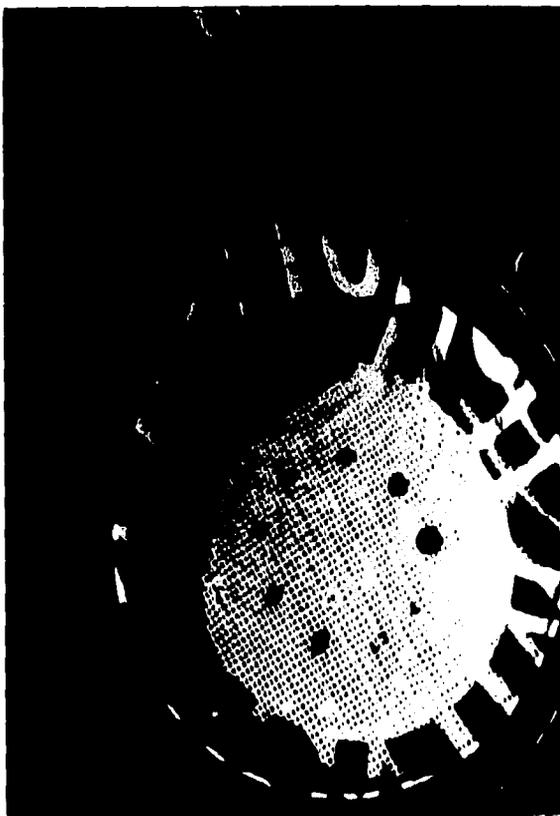
1927

László Moholy - Nagy

³⁷ FREUND, Gisela
LA FOTOGRAFÍA COMO
DOCUMENTO SOCIAL
EDITORIAL GUSTAVO GILI
BARCELONA, ESPAÑA
1986
PAG. 172

edificios; constitúan componentes indispensables de la gran arquitectura. Hoy las artes existen aisladas ... Los arquitectos, pintores y escultores deben estudiar de nueva el carácter compositivo del edificio como una entidad... El artista es un artesano enaltecido. En los escasos momentos de inspiración, la gracia divina matizará que su trabajo flalezca como arte trascendiendo su voluntad consciente. Pero el perfeccionamiento de su oficio es esencial para cualquier artista. En esto reside la fuente principal de la imaginación creativa, y Meggs continúa: "Gropius buscó una nueva unidad entre el arte y la tecnología reconociendo las raíces comunes tanto de las bellas artes como de las artes aplicadas, ya que él se adhirió a la generación de artistas con el fin de resolver los problemas de diseño visual creados por el industrialismo."³⁶

Moholy-Nagy fue un diseñador-fotógrafo que estaba obsesionado con la tipografía y la fotografía, por tal motivo, sus ideales de comunicación visual congeniaba con los que planteaba Walter Gropius y la Bauhaus. Enric Satue da su opinión: "László Moholy-Nagy es un artista teórico y experimental verdaderamente vanguardista, cuya presencia



altera profundamente la estructura docente de la Bauhaus..."³⁷

Moholy-Nagy llamó "nueva literatura visual" a la integración de la palabra con la imagen, y aplicó sus teorías a uno de sus medios de comunicación impresos favoritos: el cartel, en el cual se introdujo y vio realizadas sus teorías sobre la fotografía; en las que decía, que por

Fotograma

1925

László Moholy - Nagy

³⁶ MEGGS, OP. CIT., PAG. 361

³⁷ SATUE, ENRIC, OP. CIT., PAG. 150

Cortel
1928
László Moholy-Nagy



medio de esta, hacía una presentación objetiva de los hechos al grado de liberar al receptor a que dependiera de la interpretación de otra persona, y lograr lo que él llamaba una "comunicación instantánea" debida a las propiedades intrínsecas de la imagen fotográfica.

El manejo que él daba a la tipografía en sus creaciones gráficas, como carteles, portadas o letreros, eran de una libertad absoluta, el tamaño utilizado, las formas manejadas, las fuentes y familias tipográficas, los contrastes entre ellas etc. Acerca de esta forma de utilizar las letras Moholy-Nagy afirmaba: la tipografía es un instrumento de comunicación. Debe ser la comunicación en su forma más intensa... La legibilidad y la comunicación nunca deben ser deterioradas por una estética a priori... En el diseño gráfico, abagabo por "el empleo legítimo sin inhibiciones de todas las direcciones lineales (no sólo en formación horizontal). Nosotros utilizamos todos los tipos de letra en todas sus tamaños, formas geométricas, colores etc..."⁴⁰

De la manera en que conceptualizaba la aplicación de la tipografía, teorizaba igualmente sobre las cualidades creativas y como instrumento de diseño de la cámara



Cartel

1920

László Moholy-Nagy

⁴⁰ MOHOLY-NAGY, László
STAATLICHES BAUHAUS
IMPRENTA BAUHAUS
ALEMANIA 1919-1923
SACADO DEL LIBRO DE MEGGS,
OP. CIT.,
PAG. 365

así como la acción que ejercía la luz sobre los objetos. Decía que las luces y las sombras eran las que diseñaban y daban forma al espacio de una forma imprevista. Para realizar sus fotogramas sobre papeles Moholy-Nagy escogía cuidadosamente los objetos que mayores posibilidades le podían dar al colocarlos bajo los rayos luminosos, buscando encontrar no solo altos contrastes típicos, sino también gamas tonales; del negro puro, pasando por los grises hasta los blancos intensos.

Joan Fontcuberta dice que: "La Bauhaus supuso no solo un cambio en el diseño, sino también una transformación del rol del diseño en la sociedad, y en último término, hasta una transformación de la cultura y de la sociedad misma"⁴¹

La Bauhaus ejerció una influencia decisiva hacia otros países en el diseño gráfico de años posteriores, pero de la misma forma, la Bauhaus fue influenciada por el movimiento que empezó a darse por el año de 1918 en la Unión Soviética llamado constructivismo, y que empezó a mostrar a todo el continente europeo su nueva ideología y concepción del Diseño y la comunicación social. Este movimiento tuvo como principal exponente en el campo del diseño gráfico al ruso El Lissitzky, hombre dedicado a la Arquitectura, la Pintura, el Diseño Gráfico y la Fotografía. "El Lissitzky aporta la armonización de su inventiva con sus ideas marxistas sobre la vida social. Resulta para él un modo de comunicación más directo y popular que la pintura, con medios apropiados para suscitar el efecto de sorpresa".⁴²

Lissitzky a lo largo de su trayectoria creativa, aprovechó las posibilidades que le proporcionaban los experimentos que realizaba con la fotografía, utilizó comunmente imágenes fotográficas en el armado de páginas, la realización de carteles y portadas. Fue uno de los que propagaron los planteamientos del diseño constructivista en países como Alemania; a partir de estos contactos con fotógrafos como Man Ray y diseñadores como Moholy-Nagy que empleaban la fotografía en el proceso creativo, fue que empezó a crear imágenes fotográficas sin el auxilio de una cámara y realizar por primera vez fotografías en donde la principal virtud era la acumulación de imágenes, hechas mediante la superposición y exposiciones múltiples. Un ejemplo famoso que podría resumir la trayectoria de Lissitzky como fotógrafo, es un cartel publicitario que diseñó en 1924 para la compañía de tintas Pelikan, que está elaborado bajo la técnica en boga del Fotograma.

⁴¹ FONTCUBERTA I COSTA,
OP. CIT.,
PAG. 72

⁴² FONTCUBERTA I COSTA,
OP. CIT., PAG. 74

El diseño gráfico en estas años de revaluaciones artísticas y sociales así como movimientos armados entre países, estuvo en mayor medida al servicio de la cultura y de la propaganda política, a partir de este momento, la publicidad reanunció el potencial del fotomontaje, las exposiciones múltiples y las infinitas posibilidades que podía dar la fotografía, empezó a darle uso intensivo al fotomontaje tanto en Europa y América; Los diseñadores que participaron y pertenecieron a las distintas vanguardias de principios de siglo en Europa (que se revisaron algunas de las más importantes en este apartado), emigraron de sus países de origen, como Alemania, Rusia, Suiza, Italia etc. Propagaron sus ideas y empezaron a difundir teorías del arte gráfico aplicado a las medias publicitarias en otros

Cartel
1929
El Lissitzky



paises a través de ellos mismos o discípulos cercanos a ellos. Muchos de esos diseñadores destacaron en la creación de la publicidad en Europa para luego emigrar a los Estados Unidos en el periodo de entreguerras y después de la segunda guerra mundial, creando lo que se llama en Norteamérica la *ciencia de la motivación* basada principalmente en la imagen y el slogan.⁴³

Herbert Matter diseñador suizo fue uno, entre muchos, de los promotores de la relación foto-diseño en la publicidad; primero en su país natal, realizando anuncios para la Oficina nacional de turismo en Suiza, luego en Francia trabajando al lado de A. M. Cassandre y finalmente en los Estados Unidos produciendo anuncios para la *Container Corporation of América*.⁴⁴

El austríaco Herbert Bayer fue un alumno muy destacado y después profesor comprometido en la Bauhaus, siguió el estilo de su maestro Mohaly-Nagy, "fue el único diseñador gráfico químicamente puro que fabricó la escuela."⁴⁵ En su quehacer profesional continuó aplicando lo aprendido en la escuela, específicamente en el campo de la fotografía publicitaria y de vanguardia, así como en la tipografía; respecto a esto Enric Satue dice "...trata la superficie

Cartel folograma

1924

El Lissitzky



Doble exposición

Autorretrato

1934

El Lissitzky

⁴³ FONTCUBERTA I COSIA, OP. CIT., PAG. 14

⁴⁴ HURLBURT, OP. CIT., PAG. 43

⁴⁵ SATUE, Enric, OP. CIT., PAG. 160



Cartel
1940
Herbert Matter

impresa organizando la tipografía en función del elemento compositivo dominante, apoyando los titulares, eslóganes y textos principales con gruesos filetes tipográficos...⁴⁶ Especialista tipógrafo que diseñó varios alfabetos basados en la tipografía de caja baja, que postulaba su maestro Moholy-Nagy. Para el año de 1928 en Berlín, Bayer adquiere gran importancia y popularidad, primero en los círculos propagandísticos nazis realizando folletos y luego en los publicitarios. Se colocó como director artístico de la revista *Vogue*, fundó y dirigió una agencia de publicidad en Berlín, para luego extenderse a varias ciudades de Europa y América, entre ellas París, Londres, Nueva York, Buenos Aires y Río de Janeiro.

⁴⁶ SATUE, Enric, *IBIDEM*,
PAG. 160



Fotomontaje
Autorretrato
1932/3
Herbert Bayer



Fotomontaje y collage
Paginas de folleto
1934
Herbert Bayer



Cuando residía ya en América transmitió sus conocimientos en Nueva York como consejero, en la importante agencia Walter Thompson. Al término de la segunda guerra mundial se trasladó al estado de Colorado, donde participó en la asesoría artística en materia de comunicación gráfica al lado del suizo Herbert Matter.⁴⁷

Muchos otros diseñadores gráficos reconocidos emigraron de Europa y trabajaron en América, como el ruso A. M. Cassandre quien colaboró para la famosa revista *Harper's Bazar* y la compañía *Container Corporation of América*. El mismo László Moholy-Nagy, tras la desaparición de la Bauhaus en Alemania a causa del nazismo participó como «experimentador y teórico»⁴⁸ en la puesta en marcha de la Nueva Bauhaus en Chicago.

Paul Rand fue de los diseñadores norteamericanos que aprovecharon los conocimientos exportados de Europa en la década de los 30's, al grado de encabezar una generación que reformó la comunicación visual en Norteamérica, llegando al punto de influenciar con su estilo el diseño europeo, a finales de la segunda guerra mundial. Rand utilizó los efectos foto-gráficos sin obsesionarse por ellos, ni basar su trabajo enteramente en ellos, por el contrario, cuando recurrió al fotograma y al collage lo hizo de forma muy efectiva.⁴⁹

Fotomontaje
Portada de revista
Agosto 1940
Herbert Bayer



⁴⁷ SATUE, Enric, *OP. CIT...*
PAG. 162

⁴⁸ FONTCUBERTA I COSTA,
OP. CIT...
PAG. 68

⁴⁹ HURLBURT, *OP. CIT...*
PAG. 44

La postguerra trajo consigo una explosión en el ámbito de la Fotografía aplicada al Diseño Gráfico y que duró hasta mediadas de la década de las 60's; A esta etapa se le considera: "...como la era dorada del diseño de revistas norteamericana; se trata de un período de veinte años en el que la concentración de talento en las editoriales norteamericanas no tuvo parangón..."⁵⁰

Este creciente interés se expandió en todo el territorio de los Estados Unidos, y después en el mundo; las revistas utilizaban con todas sus posibilidades y en toda su magnitud la fotografía, primero fueran los fotomontajes, las exposiciones múltiples, las fotogramas etc.

El diseñador emigrado de Rusia Alexey Bradovich llega a E.U. y en 1934, se convirtió en director de arte de la revista *Harper's Bazar*; estando en esta, se le consideró como "el diseñador más influyente de su época..."⁵¹ En el área del diseño de revistas propuso que la fotografía fuera el punto de partida para la diagramación de una página de revista "Se fomentaba que el fotógrafo diseñara la página en la lente, que utilizase el movimiento para crear fuerza y equilibria, y que se emplearan fondos sencillos que permitieran al diseñador sangrar la fotografía ocupando la página entera; entonces los titulares y encabezamientos se solían superponer, para crear un vínculo sin solución de continuidad entre el tipo y la imagen".⁵²

Con ejemplos como este, después de la segunda guerra mundial la producción en el mundo de medias impresas donde la fotografía es aplicada al Diseño Gráfico creció enormemente, al grado de convertirse en un elemento y una opción que se utiliza cotidianamente en las áreas menos imaginables. Empezaron a proliferar directores de arte, diseñadores gráficos, fotógrafos, diseñadores-fotógrafos etc. por tal motivo la cantidad



Harper's Bazar

Diseño página de revista

Marzo 1934

Alexey Bradovich

⁵⁰ OWEN, William *DISEÑO DE REVISTAS* EDITORIAL GUSTAVO GILI MÉXICO, 1991 PAG. 56

⁵¹ OWEN, *OP. CIT.*, PAG. 50

⁵² OWEN, *OP. CIT.*, PAG. 51

de elementos gráficos producidos, donde se aplica la fotografía, como carteles, portadas de revista, envases, portadas de discos, cubiertas de libros etcétera, se hicieron comunes. Este extenso panorama del diseño gráfico actual en todos los países, obliga solo a tratar a los personajes más reconocidos en este ámbito, que por su aportación de creación gráfica, han modificado los promedios de comunicación visual.



Harper's Bazar

Diseño página de

revista

1983

Diseño: Alexey

Bredovitch

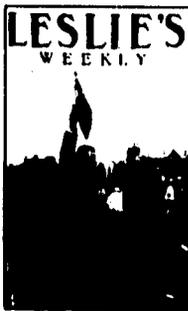
Cuando las imágenes fotográficas ingresaron a los periódicos a fines del siglo XIX; el documento gráfico de los acontecimientos importantes (a base de grabados y dibujos) tenían ya una solida posición en estos medios, viviendo en los años siguientes su época mas importante. Las revistas ilustradas, que a pesar de lo complicado de los procesos desde 1842 empezaron ha hacer uso del grabado, como *The Illustrated London News*, *L'illustration* de París o *L'illustrazione* de Milán entre muchas otras⁵³ iniciaron la brecha y acostumbraron a los lectores a esta nueva forma de comunicacion.

El descubrimiento del procedimiento de los medios tanos fotomecánicos por parte de varios investigadores de diversos países principalmente por los norteamericanos Frederick Eugene Ives y Max Levy, el alemán Georg Meisenbach⁵⁴ y el francés Charles Guillaume Petit⁵⁵, permitió en 1880 que los periódico *New York Daily Graphic* en Estados Unidos para algunos autores⁵⁶ y el *Illustrierte Zeitung* de Leipzig en Alemania para otros⁵⁷ fueran los primeros en utilizar a la fotografía en estos medios.

Inmediatamente después, en el continente europeo y americano, las revistas ilustradas con imágenes fotográficas se hicieron comunes, *Berliner Illustrierte Zeitung*, *Harper's* y *Lesli's* son un ejemplo de ello.⁵⁸

La primera revista ilustrada que uso con plena conciencia las posibilidades de la fotografía, fue la *Illustrated American* el 22 de febrero de 1890 en los Estados Unidos.⁵⁹

Leslie's Weekly
Revista
Nueva York
Mayo 21 1903
Diseñador: Desconocido



Aplicación de la Fotografía en portadas de revista

1.3

⁵³ OWEN, William **DISEÑO DE REVISTAS**
EDITORIAL GUSTAVO GILI
MÉXICO 1991
PAG. 16

⁵⁴ NEWHALL, Beaumont
HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA: DESDE SUS ORÍGENES HASTA NUESTROS DÍAS
EDITORIAL GUSTAVO GILI
BARCELONA 1983
PAG. 261

⁵⁵ KEIM, Jean A. **HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA**
EDITORIAL OIKOS-TAU
BARCELONA 1971
PAG. 82

⁵⁶ HEDGECOE, John
FOTOGRAFÍA CREATIVA
EDITORIAL BLUME
MADRID, 1976
PAG. 30

⁵⁷ FONTCUBERTA, Joan
FOTOGRAFÍA: CONCEPTOS Y PROCEDIMIENTOS UNA PROPUESTA METODOLÓGICA
EDITORIAL GUSTAVO GILI
BARCELONA, 1990
PAG. 179

⁵⁸ OWEN, *IBIDEM.*, PAG. 16

⁵⁹ NEWHALL, *OP. CIT.*, PAG. 256

En México las publicaciones ilustradas a base de fotografías empezaron a proliferar en la década de 1890, gracias al proceso foto-mecánico que no era caro y sí muy accesible para los editores de periódicos, que fueron los primeros en utilizarlo. Los periódicos *El mundo* y *El mundo ilustrado* de la ciudad de México imprimían ya fotografías en sus interiores y esporádicamente en las portadas.

En 1894 el periódico de publicación semanal *El mundo* circulaba con un formato más pequeño que el de los periódicos de su época, muy cercano a los tamaños manejados por las revistas actuales. Esta característica le daba una personalidad diferente y fue de las primeras en incluir fotografías en sus interiores.

En el primer número, del año 1894 la portada era ilustrada con un grabado, en las páginas interiores incluía ya fotografías, utilizaba todo tipo de temas, desde edificios en construcción hasta los tradicionales retratos de damas de la alta sociedad de esa época.

El 11 de noviembre de 1894 en su número 10, *El mundo* publicaba por primera vez una fotografía, era la imagen panorámica del interior del Teatro de la Paz en San Luis Potosí; se aprecia en esta fotografía las limitaciones técnicas que en un principio se daban en el nuevo proceso fotomecánico.

En los ejemplares siguientes *El mundo* intercalaba ya portadas con fotografías, en algunos números las fotografías compartían espacios con grabados, acuarelas o ilustraciones a lápiz. Otras características sobresalientes en los ejemplares siguientes fue la calidad de impresión de las fotografías que mejoró notablemente; de igual forma en el número del 30 de diciembre de 1894 se da un diseño diferente en la portada, por vez primera ubican dos fotografías de formato cuadrado ocupando tres cuartas de la página, inmediatamente debajo del nombre o logotipo de la revista se ubica una vista panorámica del volcán Popocatepetl, secundada por el retrato de un grupo de alpinistas.

A lo largo de la existencia de esta revista se nota la importancia que le dieron los editores a las imágenes fotográficas, tanto en las portadas, (ya que aparecen más fotografías que grabados o dibujos) como en las interiores.

Otra publicación que ya se le puede llamar revista debido a su formato y contenido es la *Ilustración Mexicana*, se publicaba semanalmente, con un slogan que decía: "Revista semanal, Periódico científico y literario".

El número uno de *Ilustración Mexicana* sale a la luz el 12 de octubre de 1891, iniciaba con un diseño sobrio a tres columnas y una sola ilustración al centro, un grabado muy bien realizado y que se extendía al 50% del total de la superficie del formato. En el interior de este número, el retrato, como género fotográfico muy arraigado en la época, ocupaba dos páginas; en la tres un hombre y una mujer en primer plano se insertaban en dos y media columnas y en la página cuatro los rostros serenos de tres mujeres en formato cuadrado llenaban el 50% de la hoja.

En los números subsecuentes *Ilustración Mexicana* mostró su interés por el nuevo proceso fotomecánico al grado de ilustrar todas y cada una de sus páginas interiores con imágenes fotográficas; en estos primeros números el grabado ocupaba las portadas, que por cierto eran de un diseño muy limpio y equilibrado.

En el número 6 del 16 de noviembre de 1891 aparece la revista por vez primera con una imagen fotográfica en la portada, sin texto alguna alrededor; de forma rectangular y sin ningún marco; la imagen presenta en una atmósfera campirana un carruaje descubierto tirado por caballos, en el, se encuentran primordialmente un grupo de tres niñas mirando directamente a la posición del fotógrafo. Con esta imagen *Ilustración Mexicana* era de las pioneras de su época tanto en utilizar fotografías en los interiores para ilustrar sus reportajes, así como en las portadas para identificar su género o ejemplificar su contenido; esta portada fue el inicio de una larga cadena, que llegó a intercalar entre número y número grabados y fotografías; o a incluir en una misma portada un grabado y una fotografía como sucedió en los números 35 y 41 del 6 de junio y 18 de julio de 1892 respectivamente.

Otras revistas contemporáneas a *El Mundo*, *El Mundo Ilustrado*, *Ilustración Mexicana* no mostraban el mismo interés o no tenían los recursos financieros para publicar fotografías. Tal es el caso de la revista *Crónica Mexicana* dedicada a crónicas políticas, historias cotidianas y humorísticas.

Estas revistas fueron las pioneras en utilizar y colocar fotografías en sus portadas, las primeras que tuvieron la disyuntiva de seleccionar

imágenes producidas por grabadores o utilizar imágenes creadas por el nuevo proceso fotográfico, las que abrieron el camino para que las actuales revistas utilizaran la fotografía.

Entrado el siglo XX muchas revistas aparecieron en México la fotografía se convirtió en un elemento importante para ilustrar todo tipo de temas en las portadas, revistas políticas, de modas, culturales etc.

En la década de los 10's las revistas que manejaban imágenes fotográficas se hacían comunes, destacaba entre otras la revista titulada Ecos que se publicó por primera vez el 23 de Mayo de 1914 y apareció con la fotografía de una mujer sosteniendo una bandera mexicana; estaba impresa a dos tintas y rebasada, fotografía y tipografía en negro y como fondo un color rosa.

El editorial de este primer número refleja el sentir de la época, en lo referente a la popularidad que había adquirido la fotografía para esos años. Destacaba la importancia de los periódicos ilustrados, al grado de mencionarlos como parte indispensable en los medios de comunicación impresos de esos años.

La revista al haber aceptado totalmente este medio, lo explotaba al máximo; su interior estaba poblado por completo de fotografías de todo tipo y estilo, por estas páginas pasan imágenes de desfiles, paisajes, edificios, panteones hasta los tradicionales retratos.

Esta revista trabajaba y experimentaba ya el fotografismo, utilizaba imágenes en alto contraste, recortaba las fotografías en elipse, romboidales, cuadradas etc. le añadía marcos simples, blancos, negros y muy ornamentados.

No tenía una línea de fotografía definida para la portada, incluía retratos de personajes importantes, como se da el caso en los números 13 y 15 en los que aparecían el Gral. Alvaro Obregón y Venustiano Carranza respectivamente. La vida cotidiana era parte importante; retratos de actrices teatrales al-teraban con tranvías repletos de gente.

Las revistas y periódicos-revistas mencionados, son un ejemplo del inicio y desarrollo de la fotografía en las portadas; ejemplos como estos dan una idea a grandes rasgos de lo que fue el inicio de la inclusión de las imágenes fotográficas en las portadas de las revistas.

2

capítulo

**EL BINOMIO
FOTO-DISEÑO**



El descubrimiento de gente como Niepce, Daguerre, Talbat en el siglo XIX creo un complemento definitivo para el diseño grafico y la comunicacion en general.

Pero si la fotografía y la comunicación van de la mano, el diseño estudiandolo por su lado gráfico, tiene otro tipo de relación con la fotografía y podrían estar fundidos en uno solo, de no ser por la única diferencia que existe entre las dos, y se da, mas que por la parte conceptual por el proceso técnico que necesita la fotografía para llevarse a cabo. Haciendo a un lado esta incompatibilidad en cuanto a los principios del lenguaje de una y otra disciplinas, la relación o el vinculo entre ellas se da formalmente debido a que tienen los mismos principios de composición, de la utilización de los elementos básicos, de la interpretación, del uso del color, del manejo de los contrastes etc.

Así, las bases fundamentales para que la imagen sea eficaz y eficiente ya sea gráfica o fotográfica se apoyan en el manejo, conocimiento y habilidad en la distribución de los elementos básicos y complejos que componen un mensaje visual.

Dentro de los elementos basicos señalados se encuentra uno de los mas impartantes y que sin el la percepción de la imagen sería imposible, me refiero al *contraste* que se define simplemente como la diferenciación de la figura contra el fondo. Este se puede dar de diferentes formas: mediante la contraposición de un color frío contra un cálido, o variando el tamaño, o la forma etc.

Asimismo, otro de los elementos de vital importancia en la configuración de soportes gráficos es el *equilibrio*, categoría que permite a los mensajes visuales llegar fácil a su destinatario a través de una acertada disposición de los elementos utilizados en el soporte gráfico o fotográfico.

Por si mismas las técnicas de comunicación visual¹ son un medio de ordenación de los elementos gráficos. Básicamente se pueden aplicar a casi todos los medios de comunicación adaptándolas a sus propios lenguajes.

El diseño gráfico actual así como la fotografía, desde sus orígenes están severamente endeudados con las artes visuales tradicionales, como la pintura, la escultura y un poco menos la arquitectura; estas áreas proveen de un carácter primordial, en esencia, a estas dos disciplinas. En principio el proceso de enriquecimiento visual del que fueron objeto, fue dotándolas del carácter e identidad visual básica, hasta separarlas y definir las con una personalidad y lenguaje propios.

El carácter del diseño gráfico y la fotografía se da automáticamente debido a que cuenta con la experiencia ancestral de las artes visuales tradicionales, mediante la forma de comunicación de estas disciplinas.

Estas formas de comunicar están sustentadas en «La significancia de las partes constituyentes»² como el color, textura, dimensiones etc. las cuales incluyen en todo medio de comunicación visual. Estas partes denominadas elementos básicos, son las que edifican la fuente compositiva de cualquier tipo de mensaje gráfico.

Los elementos básicos son los soportes esenciales de cualquier tipo de imagen gráfica, según lo señala Dondis:

Categorías
formales del
Diseño

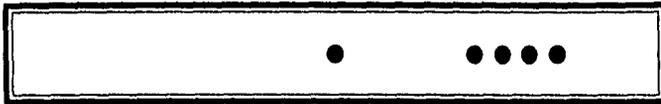
2.1

² DONDIS, OP. CIT.
PAG.

ELEMENTOS BÁSICOS

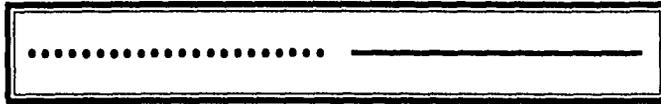
PUNTO:

Señalizador y marcador del espacio.



LINIA:

Articulante fluido e infatigable de la forma.



TONO:

Presencia o ausencia de luz gracias al cual vemos



COLOR:

Elemento visual mas emotivo y expresivo



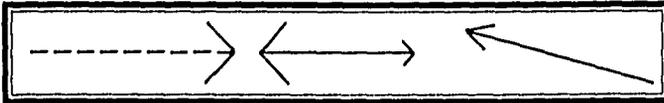
FORMA:

Contorno que se divide básicamente en circular, triangular, y cuadrilátero.



DIRECCIÓN:

Canalizadora del movimiento que incorpora y refleja el carácter de los contornos básicos

**TEXTURA, óptica o táctil:**

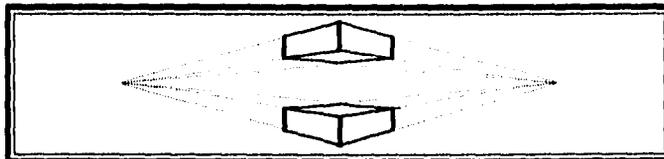
Carácter superficial de los materiales visibles.

**ESCALA O PROPORCIÓN:**

Referente al tamaño relativo y su medición.

**DIMENSIÓN Y MOVIMIENTO:**

En algunos casos vinculados, y parte fundamental de las imágenes fotográficas.



Cabe decir que el tono es una de las principales características de la fotografía y que denota el valor de la imagen.

La significación del color dentro del diseño gráfico y la fotografía es base esencial en el proceso efectivo de la comunicación visual.

Estos son los elementos visuales que conforman la materia prima de todos los medios de expresión visual y que el diseño gráfico y la fotografía utilizan para su expresión propia.

Una vez revisados los elementos básicos visuales; se dará paso a observar las categorías formales del diseño; estrategias de comunicación que manejan e incluyen a los elementos básicos, manipulándolos y disponiendo de ellos en base a la finalidad del mensaje.

Antes de entrar de lleno en lo que son las categorías formales del diseño se harán algunos comentarios acerca de los requisitos de estas para poder actuar libre y eficazmente.

El diseño gráfico primordialmente busca comunicar de una forma fácil y ágil, en una palabra debe ser funcional.

Para poder crear un mensaje visual se necesita de dos cosas, el contenido de este y una forma primaria. Con estos dos componentes básicos se da inicio a la estructuración y formación de mensajes visual.

El contenido, aspecto primordial de todo mensaje visual es lo que se está expresando, componente que da carácter directa o indirectamente a la totalidad del conjunto en el soporte gráfico.

Pero aun así, el contenido nunca puede ir aislado, necesita principalmente de la forma, ambos podrían adaptarse y construir cualquier soporte de la comunicación gráfica, ya sea cartel, portada, periódico etc. El cambio de un soporte a otro no altera demasiado su estructura, en cambio se adapta a las circunstancias del soporte.

El contenido conformado por el mensaje y el significado, y complementado por la forma, y el medio de comunicación seleccionado servirán a la interacción del diseñador y receptor en el proceso de comunicación.

En la elaboración de mensajes fotográficos se deben de tener presentes las siguientes categorías:

Realismo - Distorsión
Equilibrio - Inestabilidad
Contraste - Armonía
Plano - Profundo

Las categorías formales funcionan como categorías organizacionales o compositivas, tanto en el Diseño gráfico y la fotografía, a en cualquier otra disciplina de comunicación visual; cabe mencionar que estas categorías solo son una pieza en el conjunto de engranes de la composición gráfica.

La fotografía por su carácter visual contiene a algunas de estas categorías intrínsecamente en sus elementos gráficos, pero el uso de otras debe ser acertado para su mayor impacto visual.

En la mayoría de las imágenes fotográficas la inclusión de los elementos básicos como la forma, el volumen, el tono etc. es común, por ello, la técnica de comunicación visual que se apega a las características de este medio gráfica es la llamada por Dondis como *realismo*.

Partiendo de esta categoría formal, se ubicara como centro de visualización de las demás categorías ya que la fotografía es el centro de esta investigación.

2.1.1 Realismo - Distorsión

El *realismo* en la fotografía tiene como modelo a la experiencia visual del ser humano, y aun mas, a la visión natural de las cosas, pero aun así aunque llamado *realismo* resulta otra representación de los objetos, debido a la ilusión óptica, esto, por la utilización de dos dimensiones donde se interpreta la perspectiva, el color, el tono, y agregamosle a esta representación la carencia de movimiento real como en el cine.

Pero el acierto de esta es el empleo de trucos; entendemos por trucos en la fotografía, al uso de líneas y puntos de fuga que crean la sensación de perspectiva, al manejo de escalas tonales que provocan la aparición del volumen esto reproduce las mismas claves o señales que la experiencia visual a través del ojo transmite al cerebro.

Cuando se maneja ya el *realismo* y se puede disponer de él ágilmente y alterar su estado original, surgen imágenes nuevas y a esto le llamamos *distorsión*.

La *distorsión* de cierta manera altera al realismo, visual o conceptualmente; la distorsión busca por una parte, crear códigos de comunicación más sintetizados, encontrando en algunas ocasiones mayor facilidad en la comprensión de los mensajes transmitidos con base a la simplificación de los elementos que componen la imagen fotográfica.

Por otra parte la distorsión se aleja de la forma auténtica mediante la manipulación audaz y descubriendo efectos de un intenso propósito así como encontrando respuestas muy profundas.

Si el realismo y la distorsión resultan básicos e indispensables en la creación y manipulación de la imagen fotográfica, el equilibrio y su contraparte la inestabilidad son acompañantes inherentes para lograr que las declaraciones visuales resulten agradables e inteligibles.

2.1.2 Equilibrio - Inestabilidad

El *equilibrio* al igual que el *contraste* son partes importantes y que resultan imprescindibles en la creación de mensajes gráficos. El *contraste* se revisará líneas más adelante.

Cuando se observan imágenes de la realidad surge un fenómeno natural al que se asocia con la experiencia, y desde el nacimiento de un ser humano se hace indispensable: el *equilibrio*, una necesidad humana que se lleva a todos los ámbitos de la vida, desde que se asientan los pies en la tierra buscando una permanencia vertical en cualquier circunstancia, hasta como se menciona anteriormente, en la creación de imágenes gráficas.

El *equilibrio* es el estado opuesto al colapso ya que en el primero, el concepto básico es donde existe un centro de gravedad, en el cual dos fuerzas opuestas se encuentran en circunstancias iguales.

El *equilibrio axial* radica en que es simétrico y estático, y el *radial* debe tener movimiento giratorio.

Equilibrio oculto. La diferencia que existe entre este y el anterior se da en la no utilización de ejes ni puntos centrales, sin embargo, un centro de gravedad resulta importante. El *equilibrio oculto* por sus características puede confundirse o estrecharse a la inestabilidad la contraparte del *equilibrio*.

En la *inestabilidad* la ausencia de equilibrio es su principal característica, con esta técnica se realizan composiciones fotográficas atrevidas e inquietantes.

2.1.3 Contraste - Armonía

A la par con el equilibrio, el *contraste* encuentra vital importancia en la configuración de enunciaciones fotográficas; sin el contraste de figura-fondo obviamente la figura sería invisible, por consiguiente las demás categorías contarían con problemas de visualización. Está muy claro que el buen manejo de los contrastes en la realización de imágenes fotográficas darán las cualidades para la percepción de las formas.

Cómo se mencionó anteriormente, los elementos básicos participan en la configuración de imágenes fotográficas, y para que resulten eficaces el contraste hará uso de una manera hábil para conseguir efectos visuales trascendentales ópticamente.

Entre los elementos visuales más importantes de una fotografía y que su uso es común están el tono, pieza necesaria para dar la sensación de volumen, el contorno elemento que delimitará a la forma, el color que le dará el carácter sensitiva y emotivo, y la escala que permite equiparar y comparar mediante el tamaño a las elementos entre sí.

Por consiguiente existen cuatro contrastes básicos:

Contraste de tonos.

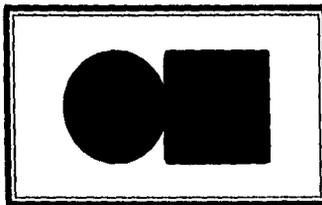
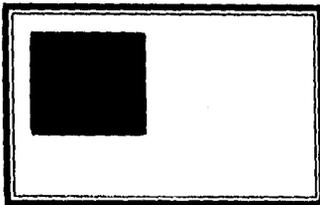
Fotográficamente hablando es una de los aspectos que se toman en la valoración de la imagen. La claridad y la oscuridad establecen la desigualdad de un conjunto de elementos.

El buen manejo del contraste entre luminosidad y oscuridad determinará que la composición no se sienta sobrecargada o vacía.

Contraste de contornos o figuras.

Aquí la diferencia se da por medio del manejo complicada de contornos irregulares e imperdibles contraponiéndose a los contornos Regulares y sencillas.

En este tipo de contraste se encuentran otros casos como el de curvilínea-rectilínea, abstracta-representativa, distorsionada-no distorsionada etcétera.

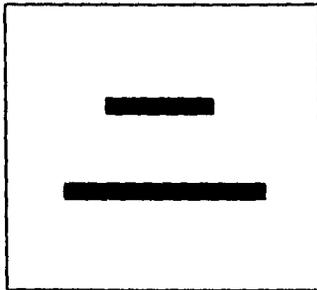
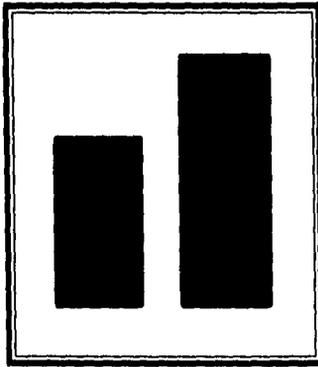


Dentro de la imagen fotográfica el contraste de tono resulta primordial para la percepción de la imagen, así como el contraste de contornos funciona como impacto visual inmediato, los contornos angulosos contra los sencillos derivan en una más rápida y efectiva manera de atraer la atención del observador.

Contraste por escala.

En este tipo de contraste interviene insistentemente la experiencia visual, ya que para saber a que le denominamos grande tiene que existir algo pequeño. Este contraste es mucho más directo a causa de la experiencia casi inherente del ser humano; en cualquier lugar, momento o situación, al observar distintos objetos, la comparación de sus dimensiones se da de forma natural.

En este contraste la disparidad grande pequeño se da en las formas planas, mientras el contraste largo-corto se aprecia en las figuras lineales.



Contraste por color

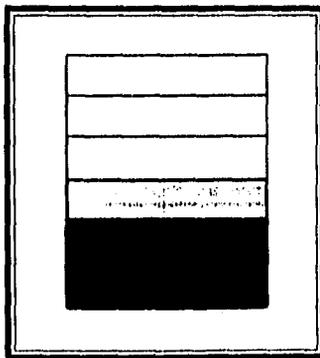
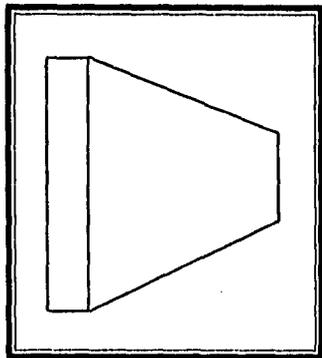
El contraste por color implica sumergirse en otros aspectos ajenos al tema abordado en este apartado, mas adelante se ampliara detalladamente este punto. Los casos mas comunes de contraste de color son luminoso-oscuro, brillante-opaco, calido-frío etc.

2.1.4 Plano - Profundo

Son técnicas visuales, si no indispensables, se encuentran comúnmente en las imágenes fotográficas.

Estas dos categorías se gobiernan principalmente por el uso o la falta de perspectiva, su mecánica se fundamenta en algunos casos, por el manejo de elementos como el tono ayudado por los efectos de luz o la utilización de líneas para sugerir la apariencia natural de la perspectiva.

La fotografía por sus características realistas apoya gran cantidad de sus efectos visuales en el artificio y la ilusión que le hereda el uso de la distancia, el punto de vista, el punto de fuga, la línea del horizonte, el nivel del ojo etcétera, creando así la interpretación de la realidad.



La palabra diseño nos remite a muchas ideas que lo asocian con varias disciplinas del conocimiento humano.

Debido a esto quisiéramos aclarar que la palabra diseño actualmente la podemos concebir en muchos campos, como lo aclara Joan Costa y lo describe como «la planificación de una sucesión de actos y su logística o la estructuración de un organismo o de una organización; un programa de actividades, el esquema organizativo y del control de la circulación rodada o el conjunto de métodos instrumentales que van a desarrollar en el tiempo.»³

Esta definición de Joan Costa da un punto de vista de lo que es en general diseño, nosotros nos enfocaremos al concepto de diseño mas específico en el área de la comunicación gráfica.

Pongamos como ejemplo una de las áreas donde el diseño visual entra en juego, como es el caso de la confección de ropa, donde la palabra diseño tiene cierto significado que evoca exclusividad, alta costura; estas manifestaciones nos hacen remitirnos a la palabra originalidad donde la diferencia con otros productos es el objetivo.

El adjetivo original no solo se encuentra en este campo del diseño sino en todos donde la planeación de alguna actividad entra en escena o

Concepto
general de
Diseño

22

³ COSTA, Joan
LA IMAGEN GRÁFICA
EDITORIAL: CEAC
BARCELONA,
1988
PAG. 14

dande el engendrar imágenes, utensilias, objetos etc. es la primicia; tal es el caso de las áreas donde se explora el confort, la imagen y la funcionalidad como el diseño industrial en el cual se procura dar a luz aparatos, maquinas, instrumentos o artefactos con un alto grado de estudios e investigaciones sobre su desempeño para un eficiente e inmejorable resultado.

La esencia de la originalidad y la funcionalidad es el conocimiento humano, la necesidad de una divergencia para con los demás conlleva a la mente del hombre a discurrir todas las acantecimiento que se suceden en su entarño, encaminándose a la búsqueda de una solución que lo gufe a una diferencia can los demás.

Cuanda se llega a este punta de la disertación del hambre se le denomina como acto creativo. El acta creativo se da en todos los ámbitos de la vida. Esto significa que el diseño se encuentra implícito en algo tan sencillo como abrochar los zapatas cotidianamente, o la creación de naves espaciales.

Profundizando mas en el significado de la palabra diseño encontramos na solo el significado de acto de creación sino como lo asienta Joan Costa "...el diseño no es exclusivamente la expresión final de farmas visibles, sino la planificación y el proceso de creación y elaboración par medio del cual el diseñadar traduce un propósito en un mensaje..."⁴

Es entonces que, al acto de creación tenemos que agregarle el acto de la planificación que implica un procesa mas sistemático, siguiendo una escalada metodológica que nos facilite en cierta medida la creación. Pero al llegar al punto final de la creación el mensaje puede sufrir alteraciones debido a la buena o mala elaboración este, es decir, si no se cuenta con la habilidad necesaria ya sea intelectual o técnica para plasmar el mensaje en cualquier medio de camunicación el resultado será fallida.

Joan Costa dice: "el conjunta de elementos que se cambinan en el espacio bidimensional son las que van canfirmaranda el trabajo gráfico que es el soporte."⁵

Es pues el acto de la planificación el que ayuda a que la creación tenga un objetiva claro; pero cuestionándonos un poco nos daremos cuenta que para alcanzar algo necesitaremos elementos a planificar y primeramente contaremos con un mensaje que se elabora gráficamente, armanizando un conjunto de signos extraídas de un código visual. Par media de estos signos y sus reglas combinatorias se construye el sentido y la manera original de difundir el mensaje.

⁴ COSTA, *IBIDEM*,
PAG. 14

⁵ COSTA, *OP. CIT.*,
PAG. 13

El postulado que vertimos líneas arriba es la presentación fría y medular de lo que necesita el diseño para desembocar en nuevas propuestas de códigos gráficos.

2.2.1 Originalidad y funcionalidad

Puede resultar largo el proceso metodológico del diseño gráfico, pero siempre debe tener presente el aspecto de la originalidad como parte esencial de la secuencia sistemática utilizada a lo largo de la creación de la imagen.

En sí el fin que persigue el diseño es engendrar imágenes que resulten efectivas en el proceso de comunicación; para llegar a tal solución en ocasiones es necesario que las imágenes contengan ciertos componentes estéticos y expresivos.

Estos componentes se logran haciendo a un lado y olvidando de momento el proceso de construcción rígido y mecánico que se sigue en esta etapa. La experiencia visual y la sensibilidad expresiva entran en juego.

Esta etapa es equiparable a la que todo ser dedicado a la creación experimenta.

Imágenes de toda tipo, de todos los ámbitos de su experiencia, ya sea visual, táctil, emotiva, etcétera, entran en juego, así como la habilidad técnica.

La experiencia es esencial en esta etapa, ya que la creatividad es de donde se nutre, y la retroalimentación es la que da elementos de sustentación a la imagen.

La belleza de la forma gráfica en la creación de una imagen es parte importante en la finalidad de la construcción de imágenes y es donde la originalidad hace su aparición, buscando ser diferente a otras imágenes a base de explorar formas, teniendo como objetivo llamar la atención por su carácter innovativo.

El diseño gráfico no solo crea imágenes agradables y bellas, sino que se hace a partir de una necesidad humana, del requerimiento que es inherente a los hombres: la comunicación.

Diseño gráfico es crear imágenes para satisfacer requerimientos de comunicación visual.

Estos requerimientos pueden ser materiales o no materiales y presentan como ya vimos un aspecto expresivo, que es imprescindible en la

configuración de imágenes. El otro aspecto es la funcionalidad, igualmente insustituible ya que es el objetivo y uso específico al que se destina la imagen creada.

La función de la que hablo, Robert Gilliam Scott la define como "causa primera", esta causa primera es la finalidad para lo que fue elaborado nuestro diseño; el diseño que se tiene planeado empezara a conformarse en nuestra mente para después dar paso a los primeros bocetos.

Pero el diseño también busca resultados óptimos de asimilación de una imagen, que no solo sea bella sino que exprese algo, que actúe tanto funcional, estética y comunicacionalmente; la perfecta armonía de estos tres conceptos desemboca en lo que hemos disertado: diseño.

Hemos visto en el apartado anterior el significado, o la idea general de diseño y diseño gráfico, y nos dimos cuenta que el acto de creación es la base de este, e implica una serie de móviles que conllevan a tal desenlace.

Tal acto, tal acontecimiento, para llegar a un final adecuado necesita de un proceso de resolución, basado en un conjunto de elementos gráficos que estructuren el mensaje visual y comunicacionalmente sea inteligible.

Cuando disponemos de el contenido y las imágenes como elementos básicos para transmitir mensajes gráficos, nuestro siguiente problema es ordenarlos.

Esta acción puede escucharse sencilla, pero en ella está la fórmula para que el mensaje quede totalmente articulado y resulte funcional para su entendimiento y difusión.

Al ordenar los elementos se encuentra el propósito y el significado que el espectador va a recibir.

A todo lo que hemos mencionado se le denomina composición; y existen bases teóricas para ordenar los elementos y componerlos adecuadamente dentro del plano gráfico.

En el apartado de las categorías formales hablamos del equilibrio en la creación de imágenes, y mencionamos

que es una influencia psicológica y física en la vida humano; se menciona por que es una referencia primordial en todos los actos del que hacer del hombre. Partiendo de este punto básico y elemental, al realizar soportes gráficos se llevan a cabo ordenaciones visuales con gran sentido armónico.

Como lo menciona Dondis "No hay método de cálculo tan rápido, exacto y automático como la sensación intuitiva del equilibrio que es inherente a las percepciones del hombre."⁶

La composición hace uso de las categorías o técnicas de comunicación visual, con ellos se maneja una gran variedad de soluciones a problemas compositivos. Mencionaremos algunas de las categorías que en un momento dado funcionan mejor que otras para los problemas de composición.

2.3.1 Simplicidad-complejidad

El dipolo simplicidad complejidad puede resultar un tanto abstracto, ya que no hay una ordenación básica que nos auxilie en la colocación de nuestros elementos.

En la simplicidad las formas directas, elementales y sin complicaciones son las que facilitan el juego fluido de elementos dentro del plano.

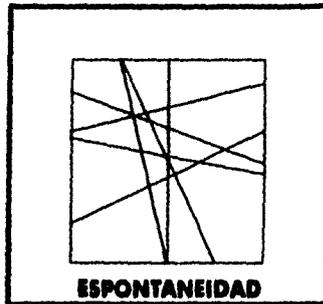
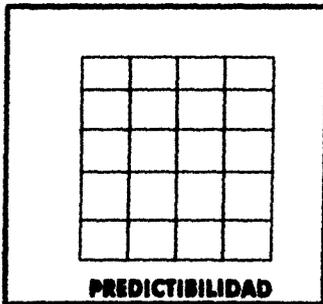
La complejidad, sistema opuesto, implica un manejo más elaborado a base de una abundante utilización de unidades que dan lugar a un código de lectura diferente y difícil, pero en la misma medida resulta enriquecedor, cuando es utilizada agradable y efectiva visualmente.



⁶ DONDIS, A. Donis *LA SINTAXIS DE LA IMAGEN*. EDITORIAL GUSTAVO GILI BARCELONA, ESPAÑA 1980
PAG. 36

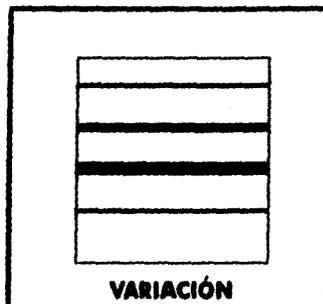
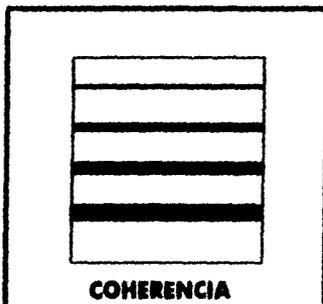
2.3.2 Predictibilidad y espontaneidad.

La predictibilidad como forma compositiva sustenta la tesis de ordenación y planificación muy convencional, ordena los elementos mediante una previsión a través de la experiencia o el razonamiento. La espontaneidad se maneja por el mismo sendero de la predictibilidad, pero esta en cambio se distingue por la falta aparente de un planteamiento preliminar; se desarrolla y despliega de una forma impulsiva y emotiva, distribuyendo los elementos y creando la sensación de una colocación involuntaria y arbitraria.



2.3.3 Coherencia y variación

Aquí la coherencia expresa y sustenta un acomodo de los elementos de forma constante y uniforme, mediante el tamaño, la forma, la textura, la distancia etcétera. La variación se da cuando existen cambios en la forma o en la textura, o el tamaño alternándolos o manteniendo la diferencia entre unos y otros.



2.3.4 Secuencialidad y aleatoriedad

En diseño la secuencialidad se basa en la planeación y distribución de los elementos presentándolos con una ordenación lógica, y remitiendo a una composición sustentada en una concatenación rítmica. La aleatoriedad puede resultar una descomposición de elementos, pero esta desorganización necesita de una planeación, presentando la información de forma accidentalmente organizada.

Dentro de los sistemas de composición y ordenamiento de formas e imágenes se encuentra un método clásico y muy efectivo: la proporción áurea, método matemático y geométrico que los griegos en su poca clásica introdujeron llamándola SIMETRÍA, y basaron todos sus cálculos para la elaboración de sus implementos y utensilios cotidianas así como la construcción de sus templos.

Este sistema ayuda a disponer los elementos gráficos de manera armónica utilizando el llamado numero de oro 1.618 que surge de la llamada serie Fibonacci que es el símbolo de la constante relación armónica entre magnitudes diferentes.



La tipografía cumple actualmente una doble función dentro del Diseño de portadas de revista: informativa y estetico-compositiva o funcional y formal.

Para lograr una buena conjunción plástico-estética dentro de la distribución de elementos de la portada debemos de conocer lo que puede proporcionar visualmente la distribución de las letras una familia tipográfica específica o esto se vuelve indispensable ya que permite, lograr un vínculo entre textos e imágenes, así como el refuerzo mutua entre ambos. Emil Ruder dice: «... la forma debe estar siempre unida a la finalidad de la obra, pero también que puro funcionalismo no es suficiente para lograr una buena forma.»¹

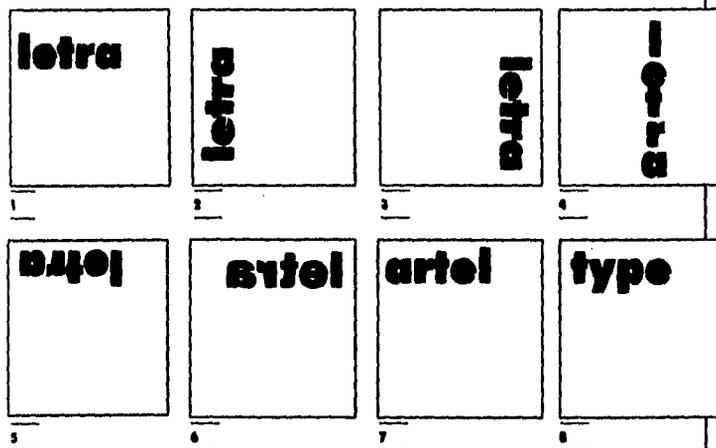
El acomodo de una palabra dentro de un espacio provoca que visualmente se perciba distinto; al colocar una palabra sobre una línea horizontal, como normalmente se hace, estaremos percibiendo en primera instancia la palabra (legibilidad) y su significado (información) (Figura 1). Al modificar su colocación dentro del plano (Figura 2, 3 y 4) estaremos induciendo a una difícil lectura y acrecentando la percepción mas como forma que como palabra. Al colocarlas al revés o mezclar sus letras entre si se obtiene una legibilidad prácticamente imposible

Tipografía

2.4

¹ RUDER, Emil **MANUAL DE DISEÑO TIPOGRAFICO** EDITORIAL GUSTAVO GILI BARCELONA, ESPAÑA 1992 PAG. 32

(Figura 5, 6 y 7), logrando que se conviertan en formas puras. Las lenguas extranjeras actúan de manera similar en los lectores no identificados con ellas (Figura 8), resaltando las cualidades formales de esas palabras.



Tomando en cuenta la importancia y la relación que existe de la tipografía entre la función y su forma para el mensaje final se añade otro aspecto importante que es la ilustración y que influye de manera decisiva en la composición global del medio impreso.

Emil Ruder manifiesta lo siguiente: «Existen dos planteamientos distintos hacia el problema de la armonía entre texto impreso e ilustración. Uno de ellos consiste en hallar la relación formal más estrecha posible entre texto e imagen, y el otro en hallar un contraste entre ellos.»⁹

Habla sobre la armonía que debe existir entre el grueso del trazo de la forma con el de la letra, de la similitud de la estructura de la imagen con la estructura de la composición de las letras; también la composición tipográfica puede funcionar como complemento y tomar la forma de los espacios en blanco que la ilustración pueda tener. Otras formas de vincular la imagen con la tipografía es crear contrastes de imágenes vigorosas, pesadas con tipografías de trazos delicados o al contrario utilizar imágenes muy sutiles y delicadas con tipografías pesadas y sólidas. Por último se puede contrastar imágenes difusas poco claras colocándolas con tipografías de trazos muy precisos.

⁹ RUDER, Emil *OP. CIT.*,
PAG. 210

Como por arte de magia al abrir los ojos las imágenes que se encuentran frente a nosotros aparecen y fluyen velozmente hacia el cerebro; es cuando el fenómeno provocado por la luz se hace presente, texturas, formas, tonos, y una de las maravillas de la naturaleza hace su aparición: el color.

El color un hecho tan cotidiano y natural, intrínsecamente aferrado a la vida, imposible apartarse de él ni un ápice, aun al plantearnos imágenes monocromas, el color se encuentra inconscientemente presente.

Rudolf Arnheim en su libro *Arte y percepción visual* menciona que "Todo aspecto visual se debe a la luminosidad y al color."⁹

En este caso la luz es la base esencial de la vida; todo lo que percibimos visualmente lo debemos a esta fuente de energía, sin luz las imágenes como las conocemos no existirían. A partir de la presencia de la luz los objetos muestran su apariencia material, morfológica y cromática.

La luz facilita la percepción de nuestro entorno y a su vez el color define claramente la forma de los objetos y logro crear contraste de formas.

Como mencionábamos líneas arriba al percibir imágenes monocromas no las osimilamos como tales en el sentido

2.5 color

⁹ ARNHEIM, Rudolf *ARTE Y PERCEPCION VISUAL*
EDITORIAL EUDEBA
ARGENTINA
PAG. 366

del vocablo; el cielo, la vegetación, el mar, etcétera, al observar estas imágenes en blanco y negro creamos la referencia cromática a través de la experiencia, el mar y el cielo siempre serán azules, la asociación a este color será inevitable. La disociación total de lo que es el color y el blanco y negro no es total, el tano asume la responsabilidad en la sustentación de la imagen creando representaciones de los colores a base de gradaciones de gris.

Poníamos como ejemplo el color del cielo y el mar; al hacer referencia de estos colores nos encontramos con que existen muchas otras asociaciones. Georgina Ortiz les llama "Significados denotativo y connotativo del color"¹⁰ es así como el azul nos remite a muchas otras asociaciones e inmediatamente otros puntos de unión mas arbitrarios se hacen presentes. La inmensidad, la pureza pueden encadenarse a la palabra cielo o firmamento.

Con este ejemplo nos percatamos que el color esta abarrotado de infinidad de significados, alimentado por la carga de experiencias del ser humano.

Las experiencias y las vivencias del hombre están vinculadas al color; lo que vemos, lo que hacemos, a donde vamos, tiene color; al pasar esos momentos y cuando recordamos el pasado el color es una referencia esencial.

Georgina Ortiz define al color como "un signo dentro del lenguaje iconico".¹¹

Lineas arriba mencionamos que Georgina Ortiz define "el significado denotativo y connotativo del color"¹², esto es que cuando habla del significado denotativo se refiere a "que los signos representen directamente sin ambigüedades los objetos en cuestion."¹³ y cuando habla del connotativo se refiere a «los significados connotativos que son valores secundarios y subjetivos»¹⁴ es así que al color rojo al buscar su significado denotativo lo asociaremos a la sangre, al fuego, y buscando el connotativo diremos que es pasión, furia, etcétera.

Haremos un breve listado de asociaciones connotativas y denotativas de diferentes autores que han abundado en la investigación del color.

Johan W. Von Goethe es uno de los estudiosos sobre la teoría del color, y sus investigaciones van relacionadas un tanto al campo de la física y la

¹⁰ ORTIZ, Georgina
**EL SIGNIFICADO DE LOS
COLORES**

¹¹ ORTIZ, OP. CIT.
PAG. 76

¹² ORTIZ, OP. CIT.
PAG. 77

¹³ ORTIZ, OP. CIT.
PAG. 78.

¹⁴ ORTIZ, IBIDEM,
PAG. 78

filosofía de los colores, sus hipótesis lo llevan a declarar que la significancia de los colores surgen de los reinos naturales: mineral, vegetal, animal y humano.

"...la plata es el metal que mas se aproxima al blanco puro...el oro en cambio se eleva hacia el amarillo puro y el cobre se aproxima al rojo..."¹⁵

Al reino vegetal lo define así: "Las semillas, los bulbos, las raíces y todo cuanto está fuera de la luz o rodeado de forma inmediata de la tierra son en general blancos...lo curumo, el achiote y el cártamo al agregarles alcohol cínico se convierten en tintura de color amarillo, rojo amarillento y rojo de jacinto..."¹⁶

Del reino animal Goethe afirma:

"Los gusanos que viven debajo de la tierra en la oscuridad, la humedad y el frío presentan una coloración degenerada, los vermes intestinales que se crían y alimentan en la oscuridad ambos son incoloros."¹⁷

Goethe menciona también a conchas, crustáceos así como mariposas en las alas y pájaros en su plumaje que cuentan con dibujos y gran variedad de colores y comenta que el amarillo rojizo es mas frecuente que el azul en estos dos últimos animales. También hace un comentario importante al decir que el hambre y los mamíferos en general ya no cuentan con los colores fundamentales en su piel.

Del hombre afirma "el interior de él reboza riqueza hasta tal punto que su exterior ha tenido que ser dotado por parsimonia..."¹⁸

Goethe dio una serie de significados connotativos a los colores los cuales menciono a continuación.

¹⁵ GOETHE, Johan W. Von
**ESBOZO DE UNA TEORÍA DE
LOS COLORES**
EDITORIAL AGUILAR
MADRID, ESPAÑA
1950
PAG. 496

¹⁶ GOETHE, OP. CIT.
PAG. 499

¹⁷ GOETHE, OP. CIT.
PAG. 508

¹⁸ GOETHE, OP. CIT.
PAG. 511

Goethe lo relaciona con el Juicio Final debido a que este color crea en un vidrio rojo una atmósfera de temor reverencial.

Otros autores como Luckiesh lo considera como el color de la sangre, o representativo de algunas emociones, debido al rubor que se presenta en el rostro. Georgina Ortiz considera que "se formen una serie de asociaciones duales como son el poder y la masculinidad, la ira y el belicismo, la crueldad y el martirio, el amor y la felicidad"¹⁹

Otro autor como Lüscher afirma: el rojo significa deseo en toda su gama de apetencia y anhelo, la fuerza de voluntad, el temperamento sanguíneo, la masculinidad y la sexualidad; representa lo excéntrico, lo competitivo; aspectos afectivos tales como la apetencia, la excitabilidad y la autoridad.

Wassily Kandinsky dice que el rojo es el que presenta mayor contraste por su calidez, con el vigor de lo masculino, como pasión que ardiera incontrolable.

ROJO

2.5.1

¹⁹ ORTIZ, OP. CIT.
PAG. 87

El amarillo lo encontramos en diversas fuentes naturales tal como el oro, las hojas secas del otoño, en ciertas horas del día, en los frutos como la guayaba, en las flores como el girasol, en muchas mas fuentes naturales, pero veamos que opina Goethe: "significa luz, claridad, fuerza, cercanía, atracción y afinidad por los ácidos es el color mas próximo a la luz...pose una condición alegre risueña, lo cual da una impresión marcadamente grata y confortable"²⁰

Luckiesh opino que "el amarillo es el mas bello de los colores, pues al estar asociado al sol, significa alegría y es muy llamativo por lo que es el símbolo de la luz y el calor"²¹ así mismo mencionó variantes al identificar diferentes tipos de amarillo y reconoció que un "amarillo verdoso es relacionado con las enfermedades, y se usa para representar a personas malignas, así como la envidia, los celos y la mentira."²² Añade Luckiesh a uno de los colores mas controvertidos y despertador de envidias a lo largo de los siglos: el dorado "que simboliza con frecuencia a la riqueza, la gloria, el poder y el esplendor; así como en el poder divino y la santidad cuando es usado en las aureolas."²³

AMARILLO

2.5.2

²⁰ GOETHE. *OP. CIT.*,
PAG. 80

²¹ ORTIZ, *OP. CIT.*,
PAG. 80

²² ORTIZ, *IBIDEM.*,
PAG. 80

²³ ORTIZ, *IBIDEM.*,
PAG. 90

La mayoría de los significados del verde van de la mano con la naturaleza, con la vida, la vegetación, la primavera y el desarrollo.

Goethe dice que su relación la encuentra en el ánimo.

Para Luckiesh el verde se usó como símbolo de inmortalidad y perdurable memoria. Menciona también la asociación con la naturaleza.

Kandinsky lo relaciona con la tranquilidad y dice "el verde absoluto es el color mas reposante que existe, no es apasionado, ni alegre, ni triste. No exige nada."²⁴

Graves da su punto de vista y dice que "el verde es el mas pasivo de los colores. En la religión significa inmortalidad y contemplación, es el color del bautismo y la resurrección, aunque generalmente expresa inmadurez."²⁵

Drib reconsidera "al verde vivo puro como un equilibrador del sistema nervioso."²⁶

"En general y tomando en cuenta los estudios de estos autores el verde se asocia a la tranquilidad."²⁷

VERDE

2.5.3

²⁴ ORTIZ, *OP. CIT.*
PAG. 83

²⁵ ORTIZ, *OP. CIT.*
PAG. 84

²⁶ ORTIZ, *OP. CIT.*
PAG. 85

²⁷ ORTIZ, *IBIDEM.*
PAG. 85

La asociación que se le da al azul en término general es con el firmamento y con el agua; debido a esto la semejanza de los autores que veremos a continuación será continua.

Goethe dice de los azules claro y oscuro: "eloscuro es el color de la disminución, la sombra, la privación, la oscuridad, la repulsión, la lejanía y la inquietud. El claro simboliza el idealismo juvenil, es una mezcla de excitación y serenidad."²⁸

Para Luckiesh, el azul "se asocia con el firmamento lo cual hace que se le atribuyan las características de los diases; significa esperanza, constancia, fidelidad, serenidad, generosidad, inteligencia, verdad, libertad, aristocracia (en este caso es por la ascendencia no plebeya, la llamada sangre azul). También tiene un simbolismo de melancolía y de calma."²⁹

AZUL

2.5.4

²⁸ ORTIZ, OP. CIT.
PAG. 86

²⁹ ORTIZ, OP. CIT.
PAG. 91

3

Capítulo

PROPIEDADES DE LAS
FOTOGRAFÍAS
EN LAS
PORTADAS

En apartados anteriores se mencionó que el diseño gráfico, es el resultado del acto creativo de la originalidad y la funcionalidad; así como la composición es la organización de los elementos dentro del plano y en este último el color que puede resultar el toque final y que en gran medida es el que expresa el sentido del mensaje.

Dentro del campo de diseño de revistas existen un conjunto de generos para diversos perfiles de lectores, por tal motiva es necesario conocer y manejar un conjunto de elementos particulares que hacen posible la claridad en la comunicación de cada genero, de esta manera la tipografía, el color, la imagen y la composición se refuerzan mutuamente y se cohesionan para jugar un papel distinto en el estilo que maneja cada tipo de revista.

Las dos revistas que se analizaran pertenecen al genero cultural que se caracteriza por:

Comprometerse a la difusión, la investigación, el debate y el encuentro de las diversas areas del conocimiento humano como son las ciencias, las humanidades y las artes.

Otra característica importante que cabe mencionar, es el subsidio que reciben este tipo de publicaciones, y que por tal motivo, en ocasiones para unas revistas, y cotidianamente para

Fotografía y
diseño en
portadas de
revistas

3.1

otras, la cuestión formal y la parte técnica tienen que sucumbir o supeditarse y limitarse al poca presupuesto con el que cuentan.

En este apartado se abordan varios aspectos, revisando y analizando la estructura gráfica de las revistas *Viceversa* y *Universidad de México*, ya que mantienen ciertas coincidencias, afinidades temáticas y formales; como el uso común, número a número de imágenes fotográficas en color en sus portadas, el diseño editorial bastante cuidado, . Así mismo su estudio se debe al género en común que comparten las dos, que es el cultural. en el transcurso de este apartado se mencionaran sus estructuras desde un punto de vista propio, y haciendo comentarios respecto a la conjunción observada.

Primeramente se hechará un vistazo a la revista *Viceversa* que en su primera época se llamaba *Milenio*. Esta revista aborda temas de actualidad, a través de un lenguaje periodístico y crítico, así como mantiene un énfasis preponderante en la imagen fotográfica y la literatura. A partir de estos parámetros notamos que los lectores o público al que pretende satisfacer es de cierto nivel cultural e intelectual. La revista la ubicamos en el género cultural; así lo corrobora Fernando Fernández director de la publicación que dice: "esta revista se circunscribe en el ámbito tradicional de las publicaciones culturales del país"³⁰; el atractivo y la funcionalidad de la revista empieza por la imagen en sí misma, por la composición y armado de sus textos, el Diseño Gráfico hace acto de presencia en estos aspectos.

Al tomar uno de los ejemplares se percibe que es un trabajo editorial pensado y bien elaborado. El formato es atractivo de 22 x 31.5, alejado del estándar de la mayoría de las revistas.

3.1.1 Análisis de las portadas de VICEVERSA

Primeramente este análisis se abocará a los aspectos que en la imagen fotográfica encontramos, en los números de la revista que estamos revisando nos percatamos que rostros de hombres y mujeres poblan la totalidad de estos ejemplares, ¿por qué los rostros predominan?, ¿por qué no otro tipo de imágenes?; William Owen en su libro <Diseño de revistas> dice: "...la idea del editor de lo que más vende es el rostro humano que mira directamente a los ojos del lector..."³¹ nos percatamos de esto, y buscamos una respuesta a esto y solo podemos concluir con que es el

³⁰ FERNÁNDEZ, Fernando
Entrevista
Junio 1993

³¹ OWEN, William
DISEÑO DE REVISTAS
EDITORIAL GUSTAVO GILI
MÉXICO
1991
PAG. 196

reflejo de nosotros mismos, de nuestra vida, de nuestros sueños y anhelos; estamos retratados todos y cada uno de nosotros dentro de personajes ficticios que se encuentran en estas portadas, tal vez por eso de esa atracción, ese llamado inmediato, ese dialogo con alguien de nuestra misma especie, aunque inerte y eternizado por el lenguaje fotográfico. "...en la portada debe haber un rostro completo, preferiblemente a tamaño natural con los ojos dirigidos directamente a la cámara (pupilas separadas exactamente 6 cm.), sobre una encantadora y atractiva sonrisa. El rostro debe tener personalidad no ser amenazador y reflejar sin ambigüedades una imagen especular del lector (o de forma mas precisa, sus aspiraciones físicas y sociales)..."³² aquí William Owen seguramente se refería a las populares revistas de modas dirigidas a las mujeres, donde un rostro de una bella mujer perfectamente maquillado ocupa la portada de la revista; Viceversa un lejos de los objetivos de este tipo de publicaciones no hace caso omiso a algunas de las aseveraciones hechas por el señor Owen, tal es el caso de la búsqueda de lectores, donde las aspiraciones físicas y sociales no sea lo primordial, sino tal vez estas aspiraciones san el hambre del conocimiento y el placer de la lectura, por esto los rostros utilizados por esta publicación son personajes de los ámbitos literario, cinematográfico, teatral etcétera, pero una particularidad que podemos mencionar de los rostros de Viceversa no son algunas de las celebridades, sino ciertos aspectos intrigantes, fuera de toda convención, que se utilizan al retratar a los modelos; encontrar a una popular actriz y cantante de televisión en portadas de revistas es algo común y corriente, pero encontrarla debajo del agua, fotografiarla y colocarla en la portada de la publicación no es nada convencional, las portadas de Viceversa son fotografías de autor mas que de personajes, ahí radica la diferencia de los rostros encontrados aquí, el estilo, la sensibilidad y la capacidad fotográfica de los autores es la principal arma de la revista, aunada a la propia expresividad de las fotografías, como la emoción, serenidad, intriga etc. y que definitivamente es lo que provoca una respuesta por parte de los lectores, es entonces que a las portadas de Viceversa las ubicamos dentro del genero figurativo, por la utilización de rostros.

Viceversa en algunos números ha salido del convencionalismo fotográfico para entrar en el anticonvencionalismo; en un principio la

³² OWEN, *IBIDEM*.
PAG. 186

revista llamada <Milenia>, ahora Viceversa, incluía en sus portadas, fotografías en blanco y negro manejando un estilo fotoperiodístico, tal vez buscando una imagen, un tanto contemporánea y socializante; pero al pasar de los números la publicación fue tomando forma, hasta llegar a la que actualmente conocemos, una búsqueda de estilo y vanguardia. Hoy por hoy lo logran a base del alejamiento de las fotografías convencionales y utilizando el color como punto de despegue. En el número una de Viceversa (Noviembre-Diciembre 1992) tal vez sea el punto de partida de la nueva concepción de esta tendencia, en esta portada la fotografía de una mujer está notoriamente alterada a través de un color intenso en el rostro, virado en su totalidad a un vigoroso púrpura, esquivando el glabo ocular, el cual permanece en contraste, totalmente blanco, creando de esta forma un acento visual y punto de tensión direccional, atrayendo instintivamente la vista del posible lector. En esta imagen nos damos cuenta el camino que Viceversa eligió para sus portadas: fotografía no convencional.

La premisa anticonvencional la corroboramos en la portada de el ejemplar número tres en la cual una conocida cantante fue fotografiada en una piscina; aunada a esta interesante concepción, encontramos un manejo magistral del color en la fotografía; el azul intenso del agua que sirve como fondo y toda la extensión de su significancia psicológica se conjuga con el rostro de la mujer que une fuertemente una de sus manos a la nuca y la otra al pecho, el tono casi blanco de la piel diluido por la sobreexposición de la luz, los ojos cerrados, la expresión serena y melancólica, toda ella envuelta en una atmósfera de calma y libertad; todo esto aunado a una colocación diagonal de la modelo y un tanto recortada su cabeza por el formato creando una sensación de dinamismo, dan como resultado el refuerzo del mensaje buscado por Viceversa <las emociones>.

Si la imagen fotográfica de la portada es importante, al ser reforzada con el texto, resultará un medio de comunicación muy funcional y muy atractiva; Viceversa como se lee líneas arriba no solamente prepondera a la imagen fotográfica, sino que el Diseña Gráfico, y específicamente la tipografía soporta la estructura misma de la revista, por esto conviene fijarnos en la interacción de esta con la imagen y el color.



Viceversa

No. 3 Marzo - Abril 1993

México D. F.

Diseñador: Rocío Mirales

Fotografía: Carlos Semente

El estilo tipográfico actual que reviste a <Viceversa>, desde su nacimiento a diferencia de su antecesora <Milenio> ha variado en función a las necesidades de comunicación que se han ido presentando. Estas variaciones tal vez solo radiquen en el tamaño y colocación de los textos dentro de la diagramación de la portada, los cuales en los inicios se sometían a la importancia dada a la imagen, y solo albergaban la información del contenido de la revista. Poco a poco fue tomando importancia dentro de la concepción estético-compositiva de la portada, en este momento hablar de la portada de Viceversa es referirnos a un excelente manejo de la tipografía vinculada a la imagen.

Para empezar, el artículo principal mencionado en la portada ocupa un espacio preponderante; nunca apartándose de una de las famosas leyes de la Gestalt que hace referencia a la relación de los objetos a través de sus colores, formas, texturas etc. Encantramos por ejemplo en el número tres de la revista el artículo principal que se refiere a Cuba está realizado a un tamaño similar al del logotipo, con una tipografía compuesta de patines y tratada estructuralmente de manera condensada, el color azul claro de la misma se refuerza con el intenso tono del agua; he aquí un claro ejemplo de la convivencia y ayuda mutua de la imagen con el diseño gráfico. Esta relación acentúa la integridad y coherencia que pueden lograrse en pro del mejor funcionamiento comunicativo. Así mismo las tipografías secundarias encarnadas en artículos menos importantes continúan en vínculo, pero ahora con el nombre de la revista, manejando el mismo color, creando conjuntamente con la tipografía primaria una sensación de dinamismo y vitalidad. Como claro ejemplo de esta relación encontramos en el mismo número los artículos referentes a Sasha, sobre la violación y una entrevista a Alvaro Mutis, en donde las tipografías del logotipo y textos son exactamente con el mismo tono de amarillo creando una sensación de armonía y vínculo cromáticos.

Pero no queda ahí el atractivo y funcionalidad de la portada; en la armonía creada por la asociación imagen-texto, también encontramos su contraparte: el contraste, necesaria técnica visual que ayuda a crear un aire de desequilibrio, que sacuda y estimule la atención del lector. Así es que *Viceversa* por medio de la utilización de la estética y construcción del tipo, contraponen textos contruidos únicamente con elementos rectilíneos contra curvilíneos o en otros casos tipografías Sans Serif contra Románicas con patines; también solemos encontrar el contraste Medium-Bold o Condensado-Extendido. La utilización de estos medios visuales como el contraste y la armonía dan como resultado la combinación de impacto visual y coherencia de imagen.

3.1.2 Análisis de las portadas de UNIVERSIDAD DE MÉXICO

La revista *Universidad de México* publicación mensual de la Universidad Nacional Autónoma de México, editada como órgano de cultura. Aborda diversos temas culturales como teatro, cine, música, libros, así como temas políticos, de interés general, ecología etcétera, a través de poemas, artículos de fondo entrevistas, reportajes, fotografía, caricatura e ilustración.

La temática de esta revista en su totalidad, tiende a la difusión de la cultura dentro y fuera de la universidad.

El formato vertical de 21.5x29.5 e ilustrada en las portadas con fotografías siempre en color, mantiene una línea muy bien definida con respecto al estilo fotográfico que resulta bastante anticonvencional, fuera de la normalidad, dentro de los estándares de las revistas en México.

Fotografías muy cercanas a la poesía, a una narrativa netamente ecléctica, y un tanto lejanas del sentido original de la fotografía.

En las portadas de *UdeM* no se encuentran rostros humanos o elementos fácilmente reconocibles y comúnmente ligados al que hacer cotidiano, por el contrario las portadas están pobladas por objetos en apariencia abstractos, y en algunas ocasiones difícilmente reconocibles por lectores neófitos o profanos, no queriendo decir que las imágenes que maneja *UdeM* sean ininteligibles, contrario a

esto son imágenes con una enorme carga de significados estilísticos y profundos, así mismo construidas con un gusto por lo plástico que pocas revistas de su género manejan.

Las fotografías de portada de la *UdeM* se ubican dentro de un estilo conceptual, simbólico, mas cercanas a la fotografía artística que a la fotografía con intereses mercadotecnicos; nunca encontramos rostros de



personajes famosos, imágenes de situaciones impactantes o controvertidas, contrario a esto las imágenes rayan los linderos de lo abstracto, alejándose un poco de lo figurativo; estas portadas están compuestas por elementos inertes, que en un momento dado resultan un tanto frías y enérgicas, esto, creemos que se debe a que las composiciones, y los objetos en sí mismos no hacen referencia al hombre, haciendo sentir al lector un tanto distanciado; por el contrario, algunas otras portadas pueden resultar un poco más cálidas, cuando los elementos utilizados presentan vestigios de la existencia del hombre, a través de objetos que se utilizan cotidianamente.

Los objetos que albergan las portadas de la revista *UdeM* van desde trozos de papeles, tipos móviles de imprentas antiguas, cajas de madera colectoras de refrescos, hasta imágenes más complejas simbólicamente, como una paloma de yeso fragmentada en un sinnúmero de trozos, de una manera visiblemente violenta, la imagen se complementa con una serie de balas de revólver mezcladas dentro de los fragmentos de la esculturilla, reforzando de esta manera el mensaje creado por el fotógrafo.

Las imágenes fotográficas que encontramos en las portadas de esta revista, en esencia manejan maravillosamente las categorías formales del diseño. Podemos encontrar muchas de ellas en el siguiente ejemplo: en el número 428 de septiembre de 1986 aparece una caja rectangular de madera, colectoras de refrescos, visiblemente deteriorada por el tiempo, fotografiada de tal forma, que percibimos todo lo largo y ancho de su superficie, colocada verticalmente en donde se aprecia el reticulado que forman los espacios donde se colocan refrescos, notamos que en cada uno de los ocho espacios centrales están colocados trozos arrugados de papel crepé de colores. En esta fotografía encontramos una retícula la cual forma automáticamente una simetría, esta armonía de líneas se complementa con el coloración uniforme de la madera, pero encontramos la cualidad del contraste en los papeles, que visualmente provoca un desequilibrio; los papeles arrugados que forman líneas quebradas se contraponen contra las líneas rectas de las tablas divisorias, aquí encontramos el contraste a través de la forma, así mismo la oscuridad predominante en casi toda la fotografía contrasta con la luz intensa en el centro de la imagen, aquí vemos el contraste más importante: luz-oscuridad. También percibimos la contraposición de los tonos: los papeles

muestran su brillantez contra la opacidad de la madera; a esto hay que añadir que la fotografía es a color encontrando la categoría formal del acento implícita en la imagen, el fondo manejado es un tanto oscuro, la caja de acres apagados, dan en general una imagen un tanto opaca, y al centro de la imagen la brillantez en todo su esplendor provocada por los papeles de colores, creando el punto de atracción. Pero con esto no damos por terminado las imágenes contrastantes, al centro los ocho papeles, colocados en parejas, y contraponiendo colores cálidos y fríos, de esta forma encontramos en la parte alta la pareja azul marino-rojo, en segundo término anaranjado-verde, en tercero azul cielo rosa oscuro y por último los más claros violeta-amarillo. Su colocación no ha sido obra de la casualidad, los han situado de manera que se encuentran los más oscuros en la parte más alta, y así los más claros en la parte de abajo, esto obedece a la posición cenital de la fuente luminica con respecto a la caja, donde la parte de arriba, más cercana al chorro de luz recibe mayor cantidad de ella, aclarando su saturación cromática, en cambio los papeles más claros situados en la parte baja reciben menor cantidad de luz provocando un equilibrio en cuanto a la saturación cromática con los de la parte superior.

Habiendo analizado la imagen de esta portada ahora nos abocaremos a la integración que del texto se logra en ella.

Observamos un aspecto importante en ella que es el nombre mismo de la revista, que se ubica en la parte superior del formato vertical, manejado en dos renglones y que convina dos diferentes tipos en altas y bajas, las bajas en palo seco, exactamente <Univers 66> y los altas románicas <Baskerville itálica>; aquí empieza el dinámico estilo de manejar los textos convinando familias tipográficas como el título de la revista que ya hemos notado; a este manejo podemos agregar, que en este número de la revista el despliegue cromático no se anduvo con timideces, al utilizar colores primarios y secundarios en los tipos Baskerville del título, así como las letras altas de las tipografías de los contenidos; de esta forma creando una asociación y unidad global entre el colorido de los papeles arrugados de la caja con las tipografías, dando la sensación de una extensión de los papeles para con los letras o a la inversa.

La integración del binomio fotografía-diseño gráfico dan como resultado una portada con una extraordinaria cohesión, donde la tipografía en si misma, el color y las familias utilizadas refuerzan la imagen fotográfica líneas arriba mencionada. La colocación de los textos de contenido se ubican en la parte inferior de la revista, y han sido armados en dos renglones donde la oscuridad de la fotografía contrasta con los pequeños acentos de color de las mayúsculas y las letras minúsculas calados en blanco, esto provoca una aceptable visibilidad de los mismos.

El estilo utilizado en general por la revista nos hace reflexionar dos cosas: primera, que el diseño de lo revisado se supedita a la creación de lo imagen fotográfica, para luego armarlo en función del tipo de composición que se haya logrado, y segunda, que el trabajo creativo esto perfectamente ploneado, donde el diseñador y fotógrafo seleccionan color, los objetos a retratar, y trabajan conjuntamente poro lo creación de la portada.

Actualmente la técnica fotográfica permite utilizar un sinnúmero de recursos en pro del mensaje, el estilo o el concepto buscado. En este apartado se observarán como se comportan algunas fotografías distorsionadas por la manipulación en las revistas que elegidas.

La manipulación de la fotografía se puede lograr desde la toma misma, en el laboratorio, con la ampliadora, en el proceso de impresión final, y actualmente se utiliza el manejo electrónico de imágenes a través de computadoras.

La revista *Viceversa* ha mostrado un notorio interés por la manipulación de sus imágenes de portada, que le dan una atmósfera anticonvencional, como se menciona oportunamente en el apartado 3.1

Una prueba de ello se encuentra en el número diez de la primera época llamada *Milenio*, donde la imagen de una actriz de cine, teatro y TV, ocupa la portada de la revista, su rostro abarca la mayor cantidad del formato por la utilización del recorte de la fotografía, al grado de no apreciarse su cabello, su cuello y orejas, a esto se le

suma una expresión tranquila y serena ante la cámara, dando una imagen de calma y pasividad al lector, la fotografía se manipuló desde la toma al



Manipulación
de la imagen.

3.2

<i>Milenio</i>
No. 10 Julio - Agosto 1992
México D. F.
Diseñador:
Diego Mirales
Fotógrafo:
Enric Martínez

ESTE LIBRO NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

sobreexponer la película para acrecentar esa sensación de calma que se da por el uso de los tonos claros.

La sobreexposición comúnmente puede interpretarse como un error en la lectura de la luz que se hace al sujetar, en este caso se ha utilizado intencionalmente para apoyar la atmósfera buscada con el semblante de la modelo.

Otra forma similar de sobreexposición para apoyar cierta atmósfera, se aprecia en el número nueve de *Milenio*, en este caso la fotografía en close up de la cineasta María Novaro ha sido recortada audazmente en el formato, apareciendo solamente la boca, la nariz y predominando un enorme ojo, con un gesto adusto; la retratada denota una imagen agresiva, que se refuerza con las altas luces y las sombras muy marcadas, que dan como resultado una imagen de alto contraste, a esto se le agrega la colocación en diagonal del rostro para englobar el mensaje creado por el fotógrafo y diseñador. La intención del fotógrafo era presentar un rostro agresivo; lo consiguió aglutinando, primero, la expresión brusca de la retratada; segundo, con los audaces recortes de la fotografía, encontró un ambiente claustrofóbico; tercero, utilizando una iluminación muy dura, creó altos contrastes entre luz y sombra, acentuando el dramatismo; cuarto, utilizan nuevamente la manipulación de la película por medio de la sobreexposición en las zonas iluminadas creando un ambiente sofocante y de ansiedad, y por último la colocación en diagonal del retrato, dio la apariencia de un inquietante desequilibrio.

La utilización de la sobreexposición como complemento conceptual dentro del conjunto de elementos, funciona sin ninguna duda.

Se ha visto la manipulación de una imagen desde la toma fotográfica, a través de los controles de la cámara.

Se observará otra manera de manipular una imagen mediante el uso de las características técnicas de los materiales fotosensibles de color.



Milenio

No. 9

Septiembre - Octubre de 1992

México D. F.

Diseñador:

Socio Miraflores

Fotógrafo:

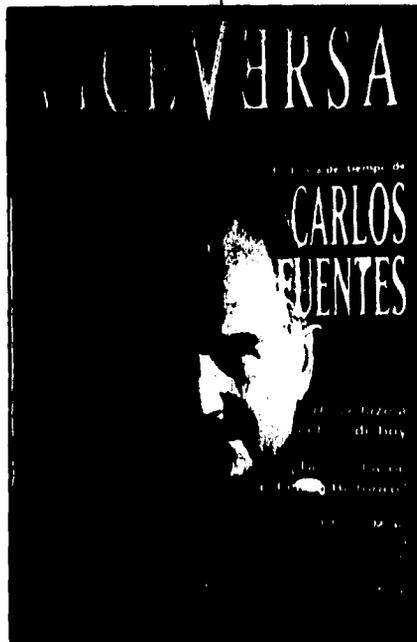
Enlac Martínez

Las películas fotográficas de calor a diferencia del ojo humano, que se adapta a las cambios de distintas tipos de iluminación están equilibradas para usarse con tipo luz de día, a en algunas casas para luz de tungsteno; cuando se utilizan películas equilibradas para luz de día, con fuentes de iluminación, de tungsteno, las resultados son muy diferentes a la captada por el ojo humano, debida a que la luz natural esta en el rango de las 5400°K y la artificial en las 3200° o 3400°, esto quiere decir que la temperatura de calor del tungsteno es mas alta, y afecta a la película mediante la alteración de los calares, predominando en la imagen tonos que van de las amarillentas a las rojizas.

Esta característica de las películas en calor, al presentarse en las fotografías normales puede resultar un poco desagradable cuando se busca una exactitud en los calares, pero cuando se realiza deliberadamente buscando un fin específico, con una imagen específica, la manipulación del calor queda justificada.

Un claro ejemplo de la utilización de la temperatura en películas en calor es aplicada en las de las portadas que se están analizando de la revista *Viceversa*.

En el número de *Viceversa* el escritor mexicana Carlos Fuentes ocupa la portada en cuestión, en ella su cabeza descansa sobre sus brazos, con la mirada fijamente dirigida a las lecturas (la cámara) en franca actitud de exploración; el fondo es totalmente negro, la iluminación, que es lateral permite observar el costado derecho de su rostro, por consiguiente, el izquierdo está totalmente oculto por la penumbra. La utilización de película en calor para esta fotografía que seguramente es calibrada para luz solar, evidentemente no ha sido prevista de algún filtro corrector de temperatura de calor, por lo que el fenómeno citado líneas arriba se ha hecho presente; es una portada que emana calidez, que no ubica al lector en ningún instante precisa, pero que indudablemente remite



Viceversa

No. 2 Enero-Febrero 1993

México D. F.

Diseñador:

Rocio Mirales

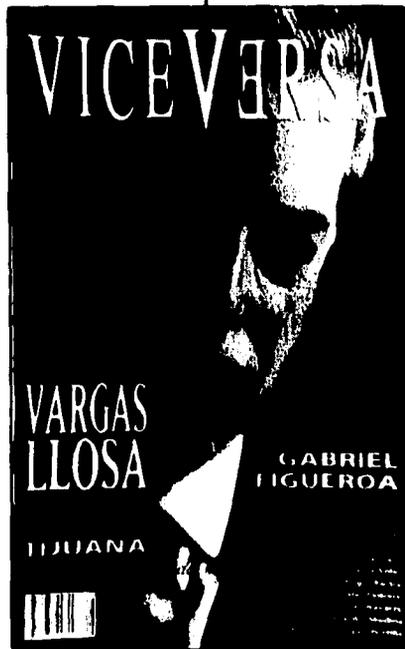
Fotógrafo:

Enlac Martínez

al pasado, gracias al tono cálido de la imagen y, al único detalle visible ajeno a él, su reloj. La imagen obviamente, después de haber observado los detalles anteriores, nos habla del tiempo; esta imagen refuerza el título del artículo principal, que aparece en la portada: En busca del tiempo de Carlos Fuentes. El fotógrafo combinó los elementos necesarios, que el lenguaje de la imagen fija ofrece para encontrar el concepto requerido, que evocara al tiempo, colocó al sujeto en un espacio muy amplio, con fondo negro; el personaje asumió una postura de espera, de inmovilidad, y recurrió a la manipulación física de la película alterando sus características básicas a través de la luz, que le permitió obtener una imagen rojo-amarillenta que da la sensación de tiempo pasado.

La portada del número cinco de la revista utiliza el mismo procedimiento del ejemplo anterior, pero ahora en busca de un mensaje distinto; en esta ocasión es otro escritor, no mexicano, pero sí latinoamericano; el peruano Mario Vargas Llosa, que aparece con un gesto tranquilo, de serenidad, con la mirada que remite a la reflexión. La imagen está notoriamente saturada de una calidez que refuerza los conceptos antes mencionados; el fotógrafo utilizó el recurso del tungsteno para crear la atmósfera de imperturbabilidad, que priva en la portada. En los dos ejemplos anteriores el fotógrafo ha recurrido a manipular la imagen original a través de un error de filtraje de la luz para crear el concepto de tranquilidad.

La revista *Viceversa* ha recurrido a otros métodos de manipuleo de imágenes, este caso se da en la portada del número uno; en donde la figura y rasgos de lo que aparenta ser una mujer, con cabello hasta los hombros y el encuadre e iluminación lateral, permiten observar la parte izquierda de su rostro, que está ligeramente agachado con los labios unidos; también se aprecia el detalle principal de la imagen, su ojo izquierdo, que clava la mirada sobre el lector (o la cámara) y que funciona como un acento muy fuerte dentro del conjunto de elementos.



Viceversa

No. 5 Julio-Agosto 1993

México D. F.

Diseñador:

Recio Mirales

Fotógrafo:

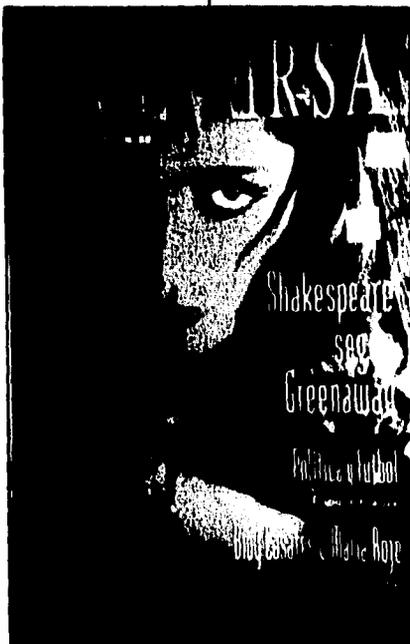
Enric Martínez

La fotografía esta teñida en su totalidad por un color púrpura, creado o posteriori de la toma fotográfica normal. En algunos ocasiones cuando la toma fotográfica ya se ha realizado y surgen cambios inesperados, o cuando la manipulación no se puede lograr a través de la cámara o de la película o de la iluminación, existen alternativas que permiten solucionar estos contratiempos; estas alternativas se encuentran en las tradicionalmente utilizadas; como tratar películas y papeles en el laboratorio, o el retoque con pincel o aerógrafo, o en algunos casos en la impresion final en la imprenta. Actualmente ha surgido una herramienta muy útil para el fotógrafo, que es el monejo de imágenes digitales por medio de la computadora; este proceso a venido a revolucionar la manipulación de imágenes, funcionando como una alternativa a las ya existentes.

En la portada citada se recurrió al control digital de la imagen a través de software de computadora especializado, como el <Adobe photoshop>, o <Corel photopaint> para virar electronicamente al púrpura y acentuar la actitud desafiante del personaje.

Se ha notado la asiduidad con la que la revista *Viceversa* utiliza los recursos que la manipulación de la imagen pueda hacer, a través de los controles de la cámara, el control de la luz, el tratamiento fuera de la normalidad de películas y papeles, el uso de la computadora, etcétera.

Por el contrario la revista *Universidad de México* se basa mas en la fotografía tradicional y directa, sin ningún artilugio de por medio que pudiera modificar o ayudar en la construcción del mensaje.



Viceversa
No. 1
Noviembre - Diciembre 1993
México D. F.
Diseñador:
Rocio Mireles
Fotógrafo:
Enlac Martínez

Se revisaron las características compositivas de las fotografías de la portada de *Viceversa* y *Universidad de México*, basando el análisis en lo escrito en el apartado 2.3 donde se habla de lo que es la composición.

En el número cuatro de la revista *Viceversa* aparece el cantante español Miguel Bosé en una extraña posición corporal, la cual hace recordar los movimientos que realiza al aparecer sobre los escenarios; su expresión es evidentemente dolerosa, su rostro casi de perfil, con los ojos cerrados y lo más importante de esta imagen los brazos cruzados, aparecen solamente los antebrazos que van en sí mismos lo que imprime más fuerza a la imagen, estos, casi cruzan de esquina a esquina formando una «V». Se puede hablar de una composición que remite a la asimetría, y que a su vez presenta cierta inestabilidad; se encuentra una clara asimetría en la colocación de sus antebrazos, su rostro de perfil acentúa esta aseveración ya que su cara está cargada a un solo lado, ocultando una de sus cejas, uno de sus ojos y la otra parte de su boca. Al trazar una línea central imaginaria ambos lados de la imagen son desiguales, no está de un lado, la misma imagen que en el otro. La inestabilidad se visualiza en la colocación desfasada de sus antebrazos uno está más cargado a la esquina superior derecha del formato rectangular, el otro antebrazo se encuentra cargado a la parte izquierda, casi a la mitad del rectángulo, su rostro girado 90° grados hacia la izquierda provoca que el peso visual sea mayor en esa parte del formato, a esto hay que agregar la colocación de los textos, que se cargan a la parte izquierda y van del centro hacia la parte inferior del rectángulo. El atractivo e impacto de

esta portada, radica en la creación de una atmósfera mística, serena, que se da por la expresión de su rostro, pero contrastado con la construcción de líneas un tanto caóticas e inquietantes.

Por su parte la revista *Universidad de México* le da un uso solido y muy atractivo a la composición en sus portadas; tal vez esto sea una de las principales características que despliega mes a mes.

En el numero de agosto de 1988 los creadores (diseñador y fotógrafo) de las portada utilizan un puñado de trozos y residuos de lápices usados, su colocación en desorden y aparentemente arbitraria evidencian caos, también se nota que unos son mas grandes y otros mas gastados; existe una diversidad de formas y colores. Como se mencionó, la distribución de los lápices podría parecer caprichosa, pero esto es superficial a lá vista de los lectores, realmente están desordenadamente ordenados, aparentan haber sido colocados sin ningún plan previo. La armónica distribución ha buscado un equilibrio mediante el uso del color y la forma, se puede notar el predominio de los colores primarios, auxiliados por uno secundario, el verde limón; existe una clara tendencia del amarillo, en segundo término se aprecia el rojo y el verde, y por último el azul. Han recurrido al contraste color-cantidad, han distribuida sobre la superficie mas lápices de mayor tamaño y color claro (amarillo),



Vicerversa

No. 4 Mayo - Junio de 1993

México D. F.

Diseñador:

Rocio Mirales

Fotógrafo:

Carlos Samonte

y menos de menor tamaño y mas oscuros (azul), equilibrando el peso visual, utilizando pocos elementos oscuros y muchos claros; los tres elementos oscuros se encuentran muy separados entre si formando visiblemente un triángulo. Se puede decir que la imagen en su conjunto remite a una composición que se basa en la utilización de la fragmentación, debido al aglutinamiento de lápices, al centra de la imagen, y un desprendimiento a separación de varios de ellos en los bordes; esto provoca inevitablemente relacionarla con el artículo principal, que es referente a Ramón López Velarde titulado La galaxia López Velarde.



Universidad de México

Agosto de 1988

México D. F.

Diseñador:

Bernardo Becamier

Fotógrafo:

Jorge Pablo de Aguinaco

En este apartado se comentará la utilización del blanco y negro en la revista *Viceversa*, ya que *Universidad de México* recurre en su totalidad a fotografías en color poro sus portados.

En las inicios la revista *Viceversa* tenía distinto nombre: *MILENIO*, en esto primera época y en sus primeros números utilizaba comúnmente fotografías en blanco y negro.

En el numera 5 de Septiembre-October de 1991 aporece la fatografía de una mujer sentada, portanda un vestido con un estampado flareado, sin mangas, y con una de ellas a media antebrazo, el brazo completo recorgodo en su rodillo izquierda donde la falda descubre una gran parte de su pierna; en una actitud que refleja libertad mirando directamente a la cámara, retando al espectador con una falsa inocencia. La fotografía en B y N emana una atmósfera de sensualidad, de eratismo, de desea. Esta sensación esta efectivamente bien lograda gracias a la blancura de su piel que domina debido al contraste con el gris oscuro del fondo y el vestido. En esta imagen lo ausencia de calor no incomodo, par el controrio, no necesito de el, yo que lo composición de los elementos gráficos suplen eficazmente esto oúsenca, las líneas curvas predominan en la imagen aunándose al gris terso del fando suavizando el mensaje. Esta portada hace uso de las connotaciones que da el negro en el rango de la elegancia y la sofisticación.

Otro ejemplo del uso del blanco y negro con otro tipo de mensaje en la revista *Viceversa (Milenio)* lo vemos en el numero 8 de correspondiente a los meses de marzo-abril de 1992, en este ejemplo el mensaje es otro, y el blanco y negro octúa de otro manera, aparece una mujer retratada en plano

El blanco y negro y su significacion.

3.4

medio. Una característica importante de la fotografía es el contraste creado por una iluminación muy dura estilo teatral, la luz realza especialmente el rostro, provocando sombras muy marcadas, consiguiendo un atmósfera violenta, maléfica en la imagen, complementándolo con el maquillaje un tanto expresionista, rostro serio casi de piedra, ojos entre abiertos fijamente dirigidos al espectador (cámara), retándolo, invitándolo. Su hombro derecho descubierto, solamente con hilo que hace suponer la diminuta ropa que porta. Un poco mas ocultas por las sombras pero aun visibles se encuentran collares de varios tamaños.

Observando detenidamente los elementos que componen a las imágenes de estas dos portadas, se aprecia la intención, el concepto buscado, basadas esencialmente en las connotaciones del negro y el blanco.



Milenio

No.5

Septiembre - Octubre de 1991

México D. F.

Diseñador:

Rocio Mirales

Fotógrafo:

Eniac Martínez

La revista *Universidad de México* se caracteriza principalmente por el uso significativo del color en todas y cada una de sus portadas. Es decir, se apoya en una amplia gama cromática para crear ambientes, atmósferas, épocas, para armonizar visualmente las composiciones gráficas.

En la fotografía de portada de el número de Marzo-Abril de 1989 se aprecia la imagen de un peculiar portarretrato metálico, estilo Art Nouveau, que enmarca el título del artículo principal, «Europa central», donde el tiempo se detuvo, este va acompañado por una fotografía en blanco y negro con un tono rosáceo, colocada ligeramente en diagonal que presenta las ruinas de algún edificio evidentemente europeo. La portada emana una atmósfera fría, debido a la gama de tonos utilizados: primeramente el fondo utilizado es un gris tenue frío en la parte inferior, que se degrada hacia el negro pasando por un gris oscuro; el color de la tipografía, tanto del título principal como del logotipo aparecen en un tono de verde seco, el portarretrato mantiene sus tonos ocres metálicos desgastados, con tonos oscuros. Por último, el conjunto de significados se refuerza con la fotografía en blanco y negro que remite dentro de este contexto al pasado. En resumen, el conjunto de colores grisáceos fríos y lúgubres seleccionados buscan reforzar el mensaje principal, creando una sensación de sordidez, de cansancio y de tristeza; la relación de la palabra Europa con la imagen de un portarretrato estilo art nouveau, la fotografía de ruinas con la frase donde el tiempo se detuvo redondean el significado buscado.

La revista *Viceversa* transita por caminos no muy distintos a *UdeM*, en sus portadas encontramos

El color y su
significación.

3.5

diversidad cromática y acromática, ha utilizado en los primeros números de su primera época el blanco y negro puro y actualmente utiliza el color hasta sus últimas consecuencias, esta mas que corroborado en el numero 7 de noviembre-diciembre de 1993 en donde la actriz Ofelia Medina aprisiona un sinnúmero de alcatraces; el impacto esta logrado por la utilización vibrante del color rojo-rasaceo del fondo, la brillantez y saturación del roja en el vestida del personaje y el acento logrado por las tallos verdes y blancos de los alcatraces. La fotografía forma parte de la serie *Lotería* y hace referencia al popular juego mexicano. La imagen recrea a la bandera, en este caso los colores utilizados remiten directamente a los utilizados por ella. La utilización de colores encendidos es en si misma el concepto buscado, creando una sensación de modernidad y audacia, dejando de lado el conserva-durismo colorístico de otras épocas así como recordando y retomando la tradición ancestral del uso del color que los antiguos prehispánicos dominaron, esta tradición está retomándose de nueva y Viceversa participa intensamente en ese concepto.

Universidad de México
 Marzo - Abril de 1989
 México D. F.
 Diseñador:
 Bernardo Becamier
 Fotógrafo:
 Jorge Pablo de Aguinaco



Viceversa
 No. 7
 Noviembre - Diciembre de 1993
 México D. F.
 Diseñador:
 Rocio Mireles
 Fotógrafo:
 Enric Martínez



4

CRITERIOS PARA LA
UTILIZACION
DE FOTOGRAFIAS
EN PORTADAS.

Seleccionar y utilizar una fotografía en la portada de una revista implica conocer muchos aspectos que intervienen en el mensaje final, la elección de la fotografía en la portada, en la mayoría de los casos es por la línea editorial de la revista; en otros los responsables pueden ser los directores de arte y los diseñadores gráficos, que se remiten a lo que les da intrínsecamente la fotografía, que es la objetividad y el realismo; señala William Owen: «...el uso de la fotografía requiere tanta sensibilidad como valentía, el conocimiento de cuándo debe aislarse una fotografía y cuándo transformarla con algún fin distinto. Requiere la habilidad, instintiva en gran medida, de reconocer una buena fotografía, junto con la comprensión lógica de cómo va a encajar dentro del contexto del contenido de fondo y el diseño.»¹

En este apartado se analizan algunos aspectos que se toman en cuenta en la elección y utilización de la fotografía, utilizando las versiones de diseñadores, fotógrafos y directores que participan en la creación de diversas revistas. Al respecto Owen comenta « La fotografía es una de las contribuciones más importantes al carácter de una revista, y los directores de arte y diseñadores que logran establecer una relación firme con los fotógrafos rara vez tienen que luchar para conseguir diseñar sus páginas.»²

¹ OWEN, William
DESIGN DE REVISTAS
EDITORIAL GUSTAVO GILI
MÉXICO 1981
PAG. 189

² OWEN, *IBIDEM*,
PAG. 188

La utilización de la fotografía en la portada de una revista está planteada por muchas razones, pero el que decide en primera instancia la construcción de una revista, es quien la concibe, quien la proyecta, y quien la produce. Por ende el editor tiene la primicia de decidir como será la estructura de la revista; pero para llegar a definir la cara de esa revista, necesita saber que quiere decir y cual es su objetivo. Para llegar al punto de decidir que clase de imágenes utilizara Owen comenta lo siguiente: "La supremacía de la fotografía en la ilustración de revistas reside, principalmente en sus propiedades de reproducción mecánica, que facilitan la rapidez de producción y el ajuste y homogeneidad de los elementos compositivos de la página. Pero en su carácter objetivo y documental tiene una realidad material con la que la ilustración manual jamás podrá competir."³

En este apartado se ha tomado la versión del director de la revista *Viceversa*, señor Fernando Fernández que comenta: "las fotos son elementos de atracción muy poderosos e importantes, la fotografía da una inmediatez, da una lectura intermedia entre lo que ves y el objeto mismo";⁴ en esta reflexión observamos la preponderancia que hace de la fotografía como objeto *inmediato* y de

Utilización por
política
editorial

4.1

³ OWEN, OP. CIT.
PAG. 200

⁴ FERNÁNDEZ, FERNANDO
ENTREVISTA DIRECTA REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

Atracción, se entiende que él en la revista que dirige, busca ser claro en su mensaje, que la reacción del lector sea consecutiva a la observación de la portada. El señor Fernando Fernández encuentra en la fotografía así como los mas fervorosos defensores que en ella existe, cierta objetividad que en otros medios de ilustración difícilmente encontraría. A este punto de vista podemos agregar un comentario de William Owen "La fotografía es la columna vertebral de las revistas ilustradas y su papel primario es el periodístico: debe colaborar con el texto y dentro de la composición general"⁵ Este apunte que hace Owen tal ves, es el que predomine al momento de proyectar una revista por parte de los editores; que la fotografía forme parte de un todo y no como un elemento aislado. De aquí se desprende este otro comentario de Owen "la fotografía y la ilustración en revistas son parte de un concepto unificado, y la veneración a una sola fotografía por lo general es un error, porque la fotografía esta ahí para realizar una función y no para -hacer bonito- en la pagina"⁶

La manera en que se procede para seleccionar una imagen fotográfica en cada numero lo comenta el señor Fernando Fernández: "se reúne el material, pero con una idea previa, es un trabajo de conjunto entre director, diseñador y fotógrafo, pero el diseñador es el que define como se va ha tratar la imagen final, también es en base a la elaboración del numero a lo largo del mes (en el caso de la revista *Viceversa*); se tienen planteadas una o dos fotos previendo de antemano el movimiento tipográfico"⁷

Otro aspecto importante en la selección de una fotografía se percibe en este comentario: "la cara misma de la revista habla del alma, de los que contiene en su interior, no solamente por el personaje sino por el tipo de imagen o estilo del fotógrafo". Fernández continua, "al principio del proyecto *Viceversa* se planeaba la portada, ahora es al revés, la portada es una extensión del material que tenemos"⁸.

⁵ OWEN, OP. CIT,
PAG. 198

⁶ OWEN, IBIDEM,
PAG. 198

⁷ FERNANDEZ, OP. CIT,

⁸ FERNANDEZ, OP. CIT,

En este apartado se expone la elección de la fotografía para una portada en base al estilo de un fotógrafo.

Los puntos de vista están a cargo de tres reconocidos fotógrafos profesionales, quienes comentan su experiencia en este tipo de encargos fotográficos.

La fotógrafa Lourdes Almeida explica como se da su participación inicial en una publicación: "mi trabajo de autor es el que han buscado para portadas, también me buscan porque puedo resolver lo que el diseñador necesita; si recurren a ti es por como realizas tu trabajo; el trabajo profesional se juzga por el trabajo anterior"⁹.

Lourdes Almeida hace notar que en algunas ocasiones el trabajo personal de un fotógrafo se acopla perfectamente a la idea o creación del diseñador, en este caso el concepto de una fotografía ya creada, propicia la decisión de su elección para incluirla en la portada de una revista. Otra cuestión importante que resuelve Almeida y que se deduce, es que la fotografía en cierto momento funciona mejor que otro sistema de ilustración en una portada, esto se aprecia a partir del comentario que ella hace líneas arriba y que se vuelve a retomar y dice: "también me buscan porque puedo resolver lo que el diseñador necesita"¹⁰

Utilización por
estilo de un
fotógrafo.

4.2

⁹ALMEIDA, LOURDES ENTREVISTA DIRECTA REALIZADA EN JUNIO DE 1993

¹⁰ALMEIDA. *OP. CIT.*

Con este comentario se aprecia que en sí misma la fotografía puede decir cosas que un texto o un dibujo no lo logra, y por si fuera poco de un fotógrafo a otro el resultado puede ser mas satisfactorio.

El fotógrafo Jorge Pablo de Aguinaco no muy lejos de la opinión de Almeida dice: "a mi me llaman por mi estilo; porque saben que puedo resolver una cosa bien hecha en el genero de portadas que manejo. Una portada debe tener un atractivo, ser moderna y tener ideas de vanguardia, puedes tener una maravilla de texto, pero si la imagen esta mal lograda dudo mucho que atraiga".¹¹

Para el fotógrafo Gerardo Suter la mecánica de selección de una fotografía se apega a las ideas de Almeida y Aguinaco y comenta: "Hay dos tipos de fotos para publicaciones, una es cuando la revista toma una fotografía de tu creación y la utiliza para una portada, o te pide específicamente una foto que ya tienes y escogieron y que se adecúa al formato de la publicación, al contenido o es una imagen que llama mucho la atención. La otra es cuando



El cadáver de pené-

lope en campoma

De la serie:

Lo que el mar me

dejo

1989

Fotógrafo:

Lourdes Almeida

Macropolis

14 de Mayo de 1992

México D. F.

Fotógrafo:

Lourdes Almeida

¹¹DE AGUINACO, JORGE PABLO
ENTREVISTA DIRECTA REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

específicamente te piden que realices una fotografía, donde te dan el tema, la idea y tu la desarrollas; aquí también hay dos vertientes, una donde te dan total libertad, y la otra donde trabajas directamente con el diseñador. En estos dos casos tienes que estar de acuerdo con el diseñador, para saber que características tiene la portada, si será una fotografía horizontal, donde se coloca la tipografía; por eso debe haber un entendimiento con el diseñador.

Siempre pregunto que formato tiene la revista, para entonces yo hacer mi encuadre en función de eso, si es horizontal o vertical e inclusive de las proporciones de la página para que yo considere donde se va a cortar la foto, yo marco mis cortes para que esa foto sea lo que yo quise; también les pregunto donde caerá la tipografía para que les deje los espacios. En ocasiones te dicen toma la foto, la tipografía será calada en el fondo, ellos la arreglan y después ponen la tipografía, este diálogo siempre tiene que existir.

Lo que he hecho con el diseñador Carlos Aguirre es una interacción a fondo, él hace una propuesta de colocación de los elementos, él los acomoda, él los distribuye

porque sabe donde caerá la tipografía, como es el lomo, el grosor del lomo, todo eso hay que considerarlo antes de tomar la fotografía.

Artículo

Imagen original

De la serie Andhuac

1995

Fotógrafo:

Gerardo Euter



Cuartecuro
No. 13 Julio - Agosto 1995
México D. F.
Fotógrafo:
Gerardo Suter



En algunas ocasiones cuando me llaman es por mi trabajo estrictamente fotográfico, de iluminación, este es un punto intermedio entre el trabajo de una agencia de publicidad y la total libertad que uno puede tener. Mi trabajo es hacer visible una idea a través de una foto pero es un trabajo que necesita tener bastante diálogo, bastante entendimiento hay muchas limitantes que están dadas por el formato, tipografía y una serie de elementos que no puedes cambiar.

Hice las portadas de una revista que eran por lo general retratos, conocían el tipo de fotografía que hacía; en principio me preguntaran si me interesaba hacer ó números o mas con la intención de tener una secuencia en el estilo fotográfica de las portadas¹².

Estas opiniones nos dicen que un problema de diseño puede ser resuelto de diversas maneras, pero cuando se elige una fotografía para este fin, existe otro sin fin de obstáculos.

Al tomar la decisión de utilizar una foto, el siguiente paso es como se resolverá esa tarea, Existe la especialización de los fotógrafos; los hay para retratar comida, animales, ropo, personas, objetos etcétera.

Los fotógrafas dan opciones que los diseñadores tienen para plasmar una imagen sin mucho problema. Ya que si el diseñador maneja cierto tipo de idea, busca al fotógrafo que mejor resuelva esa propuesta. Otra forma de resolver una necesidad de diseño es emplear una imagen ya creada, que se pueda acoplar al concepto buscado; teniendo el inconveniente que los elementos en la imagen ya están plasmados y la composición tipográfica se tiene que supeditar a esta limitante.

Muchos de los comentarios de los fotógrafas giran en torno a la comunicación fotógrafo-diseñador, esto es importante ya que si el fotógrafa conoce la idea de palabra del diseñador, el resultado es mas satisfactorio; un ejemplo de ello es que en cuanto a la colocación de la tipografía que el diseñador planea y que el fotógrafo tiene presente al momento de la toma para distribuir los elementos en una área prefijada.

 Universidad de México

 México D. F.

 Diseñador:

 Bernardo Becamier

 Fotógrafo:

 Jorge Pablo de Aguinaco



¹² SUTER, GERARDO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

Fernando Fernández Director de la revista *Viceversa* habla de la propuesta fotográfica inicial para las portadas.

"En la primera parte del proyecto que fue *Milenio* se tenía planeado el manejo de fotografía en blanco y negro con tipografía a color. Pero al paso de los números nos dimos cuenta que el color funcionaba mejor; las portadas que tienden a la gama del azul, las azulosas resultan muy atractivas, atraen mucho a la vista. Así mismo las fotos apaisadas nos funcionaban como portada y contraportada. La intención de la revista es que la cara de la misma hable del alma, de lo que contiene, no solamente por el personaje, sino por el tipo de foto, del estilo que maneja el fotógrafo autor.

En un principio la información en la portada era pequeña, fue creciendo el tamaño de la tipografía hasta ocupar un lugar privilegiado en la portada (se buscaba dar preponderancia a la imagen)¹³.

Para la diseñadora Rocío Mireles la mecánica es de esta forma: "En principio uno se tiene que adaptar al criterio editorial, y cual va ha ser el artículo principal, dependiendo de esto es como se seleccionan las imágenes de la portada. Al preparar cada número se tienen un abanico de imágenes, ya sea ilustración, fotografía

Utilización por
necesidad del
diseño

4.3

¹³ FERNANDEZ, FERNANDO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

u otro tipo y se elige la que mejor funciona; para esta elección prefiero imágenes lo mas limpias posibles , fondo neutro que no te moleste al momento de observarla; de esta forma los textos resaltan de la mejor manera posible y no compiten con la imagen.

Inicialmente las imágenes de las portadas se manejaban en blanco y negro y la cabeza en color para mantener una constante en el diseño, después se trato de virar las imágenes a colores variados para darle un poco de dinamismo a la fotografía, y en conjunto con la tipografía a la portada en general.

Comunmente las revistas se conceptualizan desde su inicio o creación¹⁴.

El diseñador German Montalvo se aparta un poco de los comentarios vertidos por Fernández y Mireles y comenta que para poder seleccionar una imagen fotográfica hay que tener muy en cuenta el concepto que se quiere manejar en el mensaje, y afirma: "hay objetos que de plano tienen que ser fotografiados, porque si haces una ilustración del objeto, puede resultar muy abstracto, entonces hay elementos que tienen que ser fotografiados para aprovechar todas las posibilidades que brinda la realidad y para que puedas dar la intención o todo el dramatismo que estas buscando para el concepto de diseño que estas manejando"¹⁵.

Desde el punto de vista de el fotógrafo Jorge Pablo de Aguinaco la elección de la fotografía por necesidades del propio diseño son así: "platicando con el diseñador me dijo que si podía lograr una imagen con cierta sensación de época, (en la fotografía se puede lograr esto mediante la utilización de filtros especiales para hacer la foto mas cálida), también quería en la foto un desvanecido a negro en la parte superior para calar la tipografía muy grande"¹⁶.

Los comentarios vertidos por los especialistas anteriores nos llevan a la conclusión de que la elección de una fotografía por cuestiones del diseño están íntimamente ligados a los aspectos mencionados en el capítulo 2, que se refieren a las categorías formales.

Los comentarios del señor Fernández vinculan a las categorías del contraste y la armonía y al uso de uno de los colores primarios que es el azul, al decir que al usar este color las portadas resultan mas impactantes.



Editor

México D. F.

Diseñador:

Rocio Mireles

¹⁴ MIRELES, ROCIO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

¹⁵ MONTALVO, GERMAN
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

¹⁶ DE AGUINACD, JORGE PABLO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

La diseñadora Rocío Mireles relaciona su comentario con el mismo binomio de contraste y armonía, al sugerir que ella prefiere las fotos con fondos neutros, para que los textos superpuestos no compitan y exista un contraste. Así mismo deja claro este comentario al mencionar el uso que hacían de textos en color con imágenes en blanco y negro, buscando un contraste que atrajera la atención.

Otra opinión importante, y que sin duda es muy importante al momento de planear un trabajo de comunicación gráfica, es la vertida por German Montalvo y que deja muy claro la importancia de la invención de la cámara fotográfica. Hay objetos que al no ser muy conocidos y comunes y representarlos en ilustración o dibujo, por más realista que este sea, pierden un tanto de su identidad propia; por tal motivo una fotografía, que lo presenta tal cual es y existe en la realidad, es la solución imprescindible. Otra de las categorías formales que se tienen que tomar en cuenta está aquí y es el realismo.

Los aspectos teóricos al momento de elegir ilustrar un soporte gráfico, son de vital importancia, así como saber elegir las categorías formales que pueden funcionar.

Uno de los factores más importantes que influye en la elección de un fotógrafo es el presupuesto con el que se cuenta; contratar a un fotógrafo que realice una fotografía específica implica un costo, o recurrir a un banco de imágenes o incluir una selección de color es pagar un costo. En este apartado se observaron algunos comentarios de las personas que intervienen en este aspecto.

El director de la revista *Viceversa* habla acerca del presupuesto: "las revistas culturales son subsidiadas, no se pelean un mercado y eso se refleja en la portada, no les interesa ganarse un público más amplio, tienen su público cautivo"¹⁸.

Esta aseveración es muy importante ya que para tener una imagen de calidad en la portada, para poder pagar a un fotógrafo, o para que la impresión final esté a la altura de la fotografía comprada, se necesita dinero; de aquí se desprende el siguiente comentario de Lourdes Almeida: "en un momento dado si la fotografía requiere mayor producción el precio varía, en algunas revistas, donde su presupuesto es elevado pagan muy bien al portador y por consiguiente el esmero en la elaboración y creación de la fotografía es mayor"¹⁹. Esto quiere decir que si la revista cuenta con un presupuesto bajo

Utilización por
presupuesto

4.4

¹⁸ FERNANDEZ, FERNANDO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

¹⁹ ALMEIDA, LOURDES
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

las posibilidades de tener una imagen fotográfica con muchos elementos de producción en la portada son muy escasas.

El fotógrafo Jorge Pablo de Aguinaco da su punto de vista: "Cuando te piden una foto comercial naturalmente influye el presupuesto, está de pormedio una cantidad interminable de gentes que sirven como intermediarios entre la creación de una portada y el cliente. Una portada como la Revista de la Universidad es libre; una portada con fin lucrativo tiene muchísimos elementos de costo que influyen, hay que producir, llamar a una serie de gentes, tener un estudio muy bien montado, que se justifique el gasto que tu estas haciendo. En México las revistas son de bajo presupuesto, por tal motivo he tratado de resolver las fotos de la forma mas simple de una manera minimalista"²⁰.

Para el fotógrafo Gerardo Suter la mecánica a sido diferente: "Muchas revistas no se acercan a ti por el precio de tu trabajo sino por lo que puedes hacer, si les interesa mucho pagan lo que cuesta, el primer acercamiento es por el tipo de trabajo, por la propuesta que puedas hacer y no por el costo"²¹.

Para elegir una fotografia para la portada de una revista basada en el presupuesto, la gama de posibilidades de hacerla realidad es amplia, y Gerardo Suter la avala con este comentario: " hay muchas tarifas, si es una foto muy sencilla cuesta tanto, pero si es una foto donde hay que comprar muchos objetos el precio es mas elevado, todo se cotiza por separado, si no, te gastas todo en el material y en lo que tienes que comprar para hacer la foto"²².

El diseñador German Montalvo comenta: "alguna vez al principio, cuando entre a trabajar a la imprenta Madero y colaborando con Vicente Rojo los recursos mas inmediatos con los que contábamos eran las fotografías, teníamos que sacarles el máximo provecho a ellas, ya sea haciéndolas con *plantillas*, *achurados*, *granuladas*, experimentamos con el ejemplo de Vicente; el único mensaje que se buscaba, era el grafico, el estetico"²³.



Cartel

Diseñador:

German Montalvo

Fotógrafo:

Lourdes Almeida

²⁰ DE AGUINACO, JORGE PABLO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

²¹ SUTER, GERARDO
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

²² SUTER, OP. CIT.

²³ MONTALVO, GERMAN
ENTREVISTA DIRECTA
REALIZADA
EN JUNIO DE 1993

Los comentarios anteriores, muestran el abanico de posibilidades con el que cuenta un diseñador, para poder elegir un material fotográfico. Para la realización de fotografía comercial los presupuestos son amplios, no se arriesga en fotógrafos que tienen experiencia y los comentarios anteriores son una muestra de ello.

Teniendo en cuenta las diversas variaciones en el costo, el diseñador o director sabrán que, entre mas compleja sea una fotografía en su producción y realización, se incrementara su precio.

Los fotógrafos por su parte, que son los que realizan las imágenes y los que preparan diversos presupuestos, están de acuerdo en algo, en como los buscan y porque los buscan para realizar imágenes fotográficas; es muy claro que la forma de trabajar de un fotógrafo y su trabajo profesional anterior son decisivos para la elección de uno de ellos.

El presupuesto puede influir cuando una publicación no cuenta con los recursos y la holgura necesarios. cuando sucede esto, el diseñador gráfico y su capacidad para resolver problemas de comunicación son la solución. El comentario del diseñador German Montalvo lo avala al mencionar como resuelve diversas situaciones con técnicas fotomecánicas, y de restirador.

La fotografía al surgir en el año de 1839, pasó a formar parte y a engrasar los medios de comunicación visual existentes; que poro ese momento se componían por lo ilustración, lo pintura, el dibujo y los grabados en madero y metal.

Por esos años los periódicos y otras formas de comunicación visual se ilustraban con las técnicas mencionados; cuando los periódicos ilustrados empezaron a ser populares y las imágenes de los acontecimientos importantes eran exigidos por los lectores, el grabado y el dibujo eran lo único forma de sustentar tales sucesos y mostrarlos al público.

Se volvieron comunes las frases al pie de los grabados y dibujos que ilustraban los noticias del momento que hacían referencio o que su manufactura era veroz, y tomado de la realidad, que representaba tal cual el momento, el sitio y los personajes de la noticia. Estas frases decían: *Dibujo tomado del natural*.

Esta frase tiene muchos connotaciones de trasfondo; hace olusión o la necesidad de representar los noticias lo mas apegado posible o la realidad.

En esos años se intentaba plasmar siempre objetivamente las imágenes, claro que con las limitantes técnicas de los realizadores y sus medios.

Actualmente sucede exoctamente lo mismo, pero con otras necesidades que lo comunicación contemporánea requiere.

Los editores de revistas y periódicos en lo actualidad buscan comunicar informacion sin titubeos, y para lograrlo necesitan de un medio de ilustracion que pueda ser efectivo. Esto lo encuentran en lo imogen fotográfico. Pero utilizarla toman como pouto principal y mas importante lo objetividad y el realismo que proporciono, logrando uno inmediotez entre lo



que ve el lector en la fotografía y en objeto real.

Decidirse a utilizar fotografías para ilustrar los portados de las revistas, hoy en día no significa mucho problema para los editores; en esta investigación se mostró en primera instancia por qué, cuando se habla, se menciona o se piensa en la palabra *fotografía*, se da por un hecho convencionalizado, y entendido intrínsecamente, que *fotografía* es sinónimo de realismo, verosimilitud y objetividad, a pesar de todos los estudios y debates que se han formado alrededor de este tema.

Philippe Dubois dice de la fotografía: "Su realidad primera no confirma otra cosa que una afirmación de existencia."¹ Esto quiere decir que al estar frente a una imagen, sabemos que lo fotografiado existe en nuestro mundo de tres dimensiones, y que en cierta forma podemos tener acceso a ello; a diferencia de una ilustración manual, en donde su construcción, su manufactura y sus formas están fuera de nuestra realidad; entonces esa parte de la fotografía es lo que se busca y se ha buscado siempre, antes y después del descubrimiento de la fotografía, que la imagen funcione, que exprese sin dudo alguna lo requerido. Este es el motivo principal de que las fotografías ocupen la mayor parte de los portados de las revistas; cuando se piensa ilustrar el portado de una revista, intrínsecamente es el motivo más poderoso que existe, se busca ese vínculo que existe entre el receptor y la imagen referente, es una unión indisoluble, "...la imagen foto se torna inseparable de su experiencia referencial del acto que la funda."²

Entendiendo esto de lo inherente de cierta verosimilitud y realidad de la imagen fotográfica, se plantean otros problemas más reales en el contexto

¹DUBOIS, Philippe *EL ACTO FOTOGRAFICO DE LA REPRESENTACION A LA RECEPCION* Editorial Paidós Barcelona 19 Pág. 51

²DUBOIS, *Ibidem*, Pág. 51

de la producción de una revista y recaen principalmente en los directores de arte y diseñadores.

Los diseñadores para poder seleccionar imágenes fotográficas deben de tomar en cuenta lo que Lorenzo Vilches llama en su libro *Teoría de la imagen periodística* como "el nivel de la expresión" o el «aspecto significativo»³ esto es, buscan que el contenido de la imagen, actúe de manera contundente, que no haya rodeos en lo que se quiere decir.

Entonces para poder usar una fotografía deben de tener en cuenta las características específicas que brinda el lenguaje de toda imagen fotográfica y que únicamente este medio puede dar. Como es el color, el tono, el contraste, la nitidez, el grano de la película el encuadre, etcétera; al alterar estas características o componentes, es donde empieza la discusión y la puesta en duda de la verosimilitud y objetividad de la imagen. Pero cuando hay plena conciencia del mensaje y ética en los medios, la manipulación de las imágenes se empieza a dar, se entra a otro nivel de lectura e interpretación, dejando atrás lo que una imagen periodística, dentro del contexto de un periódico noticioso busca, que es la autenticidad que da el medio fotográfico.

En general las revistas se conceptualizan desde un inicio, y ahí es cuando se decide si la publicación contará con fotografías en la portada. Es entonces que el diseñador conociendo esta línea editorial utiliza estas imágenes fotográficas, aprovechando que le proporcionan un abanico de posibilidades debido a la carga de verosimilitud, combinada con la manipulación que puede hacerle a los componentes mencionados de una fotografía.

³ VILCHES, Lorenzo *TEORÍA DE LA IMAGEN PERIODÍSTICA*
Editorial Paidós
España 1987
Pág.40

Otra parte importante en la elección de la fotografía como medio para comunicar un mensaje, gira en torno al tema de la objetividad de la imagen; hay objetos que tienen que ser fotografiados, porque si se emplea una ilustración del objeto, este puede resultar abstracto, entonces hay elementos que tienen que ser definitivamente fotografiados para aprovechar las posibilidades que brinda la exactitud de la realidad y para dar todo el dramatismo que se busca para el concepto de diseño que se explora.

En primera instancia para decidir que imagen fotográfica se utilizará número a número en la portada de una revista, hay que tener una idea previa, un concepto de portada a desarrollar, y esto se logra teniendo decidido y elaborado el contenido, por consiguiente el tema más importante o al que se le de mayor relevancia es el que arrojará la imagen o imágenes que se tomarán en cuenta como prospectos para ocupar el lugar de privilegio de la revista; en esta versión encontrada participan tanto diseñador, fotógrafo y director.

El director es el que selecciona, organiza, y propone al diseñador en una primera etapa las imágenes que podrían funcionar, para luego encargar (si es el caso) a un fotógrafo la realización de las imágenes con los temas seleccionados por el director y los encuadres, composiciones y tratamientos técnicos elegidos por el diseñador (en ciertos casos).

En una segunda etapa ya con las imágenes fotográficas, el diseñador procederá a observarlas en conjunto con el director, ya que el tiene la idea global del contenido de la publicación. Con las imágenes recomendadas por el director, el diseñador junto con el fotógrafo, decidirán los aspectos técnicos tanto del reencuadre de la imagen como la composición tipográfica de la portada.

Cuando se a decidido utilizar una fotografia, la dificultad a resolver es qué fotógrafo puede resolver el problema que se le plantea al director y al diseñador; hay tres tipos de fotografias para publicaciones, la primera esta sustenta en que algunas ocasiones, el estilo de un fotógrafo se adapta perfectamente a las necesidades del contenido de la publicación y esto influye para tomar la desicion del tipo de fotografia elegida; en otras ocasiones mas que un estilo determinado que pueda manejar a la perfección un fotógrafo, se le busca estrictamente por el trabajo personal que ha desarrollado a lo largo de su vida fotografica y que se adapta a las necesidades del contenido, del formato o simplemente es una imagen que resulta muy poderosa y atractiva. En otras oportuidades se le busca por su capacidad de resolver problemas fotograficos que el diseñador a planteado, y en donde se le da el tema, la idea y el fatógrafo la desarrolla, y resuelve; para esto se necesita que el fotógrafo se especialize en la construccion de cierto tipo de imagenes y un género específico de portadas. En este último punto también hay das vertientes, una es cuando el fatógrafo tiene total libertad en la producción y desarrollo de las imágenes y la otra donde trabaja conjuntamente en la elaboración de las imágenes con el diseñador, ya que la imagen necesitará ciertas características técnicas, como son la utilización de un farmato vertical u horizontal de la imagen o donde se colocará la tipografía etc.

Una parte de este estudio mostró que la manipulación de la imagen fotografica es un aspecto importante al momento de tomar en cuenta la forma de ilustrar la portada de una revista; las revistas estudiadas tanto *Viceversa* como *Universidad de*

México mostraron en un alto grado las posibilidades que se tienen para armar un mensaje con imágenes fotográficas manipuladas, en este aspecto los diseñadores tienen variadas posibilidades: desde utilizar imágenes fotográficas directas y alterarlas en las etapas de la toma, el revelado y la impresión, hasta realizar las tomas fotográficas armadas, preconcebidas y preparadas con antelación; este tipo de imágenes proporciona al diseñador la elección del sujeto fotográfico, la elección de la iluminación, del fondo, del tipo de manipulación de la película en el momento de la toma y un sinnúmero de maniobras que el fotógrafo puede realizar buscando lograr que el efecto buscado brinde mayores posibilidades al mensaje creado por el diseñador o director de arte.

Importante es el aspecto de la comunicación, de la creación del mensaje, de la elección de la imagen fotográfica o del fotógrafo mismo, pero lo que sustenta todo lo anterior y comúnmente olvidado en los textos de análisis es el presupuesto con el que cuentan las revistas y con el cual pagan las fotografías y poder elegir que tipo de imágenes utilizarán.

En el caso de las revistas culturales, al contar con subsidios, el presupuesto que se destina para lo que es la fotografía y la impresión final en muchos casos no es suficiente. Por esta situación se dejan de contratar a fotógrafos que realizan imágenes muy elaboradas, se dejan de lado las grandes producciones fotográficas; esto permite que la creatividad del diseñador y el fotógrafo surjan.

Las fotografías de tipo comercial son las que resultan más costosas ya que pora realizarlas en ocasiones los elementos de producción y las personas que intervienen provocan que el costo de la fotografía se

incremente. En México las revistas en general y más las culturales son de baja presupuesto por tal motivo las directores y diseñadores tienen muy poca libertad de elección y utilización de la fotografía mirando primero a su bolsillo.

En el caso de las revistas que cuentan con presupuestos suficientes, el aspecto económico para utilizar ciertos tipos de imágenes pasa a un segundo plano y dejan total libertad a los diseñadores y directores de arte para elegir la fotografía y la producción requerida.

AKEIM, Jean
HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA
 EDITORIAL OIKOS-TAU
 BARCELONA, ESPAÑA
 1971

ARNHEIM, Rudolf
ARTE Y PERCEPCION VISUAL
 EDITORIAL EUDEBA
 ARGENTINA

COSTA, Jaan
LA IMAGEN GLOBAL
 EDITORIAL: CEAC
 BARCELONA
 1988

DONDIS, A. Donis
LA SINTAXIS DE LA IMAGEN
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 BARCELONA, ESPAÑA
 1990

DUBOIS, Philippe
EL ACTO FOTOGRAFICO
 EDITORIAL PAIDOS
 COMUNICACION
 ESPAÑA
 1987

FONTCUBERTA, Jaan /
 COSTA, Joan
FOTO-DISEÑO
 EDITORIAL: CEAC
 BARCELONA
 1988

FONTCUBERTA, Jaan
FOTOGRAFIA: CONCEPTOS Y PROCEDIMIENTOS
UNA PROPUESTA METODOLÓGICA
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 BARCELONA
 1990

FREUND, Gisele
LA FOTOGRAFIA COMO DOCUMENTO SOCIAL
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 BARCELONA, ESPAÑA
 1986

GOETHE, Jahan W. Von
ESBOZO DE UNA TEORIA DE LOS COLORES
 EDITORIAL AGUILAR
 MADRID, ESPAÑA
 1950

HEDGECOE, John
FOTOGRAFIA CREATIVA
 EDITORIAL BLUME
 MADRID, ESPAÑA
 1979

HILL, Paul / COOPER,
 Thomas
DIALOGO CON LA FOTOGRAFIA
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 ESPAÑA
 1980

HURLBURT, Allen.
DISEÑO FOTO/GRÁFICO
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 BARCELONA
 1983

LANGFORD, Michael
TRATADO DE FOTOGRAFIA
 EDITORIAL OMEGA
 BARCELONA
 1990

LANGFORD, Michael
LA FOTOGRAFIA PASO A PASO
 EDITORIAL BLUME
 MADRID, ESPAÑA
 1985

MEGGS, Philp B.
HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO
 EDITORIAL TRILLAS
 MÉXICO
 1991

NEWHALL, Beaumont
HISTORIA DE LA FOTOGRAFIA: DESDE SUS ORIGENES HASTA NUESTROS DIAS
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 BARCELONA
 1983

ORTIZ, Georgina
EL SIGNIFICADO DE LOS COLORES
 EDITORIAL TRILLAS
 MÉXICO
 1992

OWEN, William
DISEÑO DE REVISTAS
 EDITORIAL GUSTAVO GILI
 MÉXICO
 1991



RUDER, Emil

**MANUAL DE DISEÑO
TIPOGRAFICO**

EDITORIAL GUSTAVO GILI
BARCELONA, ESPAÑA
1992

SATJÉ, Enric

**EL DISEÑO GRAFICO
DEBE SUS
ORIGENES HASTA
NUESTROS DIAS**

EDITORIAL ALIANZA
MADRID
1988

SHAEFER, Jean-Marie

**LA IMAGEN PRECARIA
DEL REPORTAJE
FOTOGRAFICO**

EDITORIAL SEUIL
1988

SWANN, Alan

**EL COLOR EN EL
DISEÑO GRAFICO**

EDITORIAL GUSTAVO GILI
MÉXICO
1993

VILCHES, Lorenzo

**TEORIA DE LA
IMAGEN
PSICOLOGICA**

EDITORIAL PAIDOS
COMUNICACIÓN
ESPAÑA
1987

**PERIODICOS Y
REVISTAS**

**EL MUNDO
ILUSTRADO**

PERIODICO - REVISTA
1894
MÉXICO

**ILUSTRACION
MEXICANA**

PERIODICO - REVISTA
1891
MÉXICO

ECOS

REVISTA
1914
MÉXICO

VICIVERSA

REVISTA CULTURAL
1992-93
MÉXICO

**UNIVERSIDAD DE
MÉXICO**

REVISTA CULTURAL
1989-1993
MÉXICO

CUARTOSCURO

REVISTA DE FOTOGRAFÍA
1995
MÉXICO

POLIESTER

REVISTA DE ARTE
CONTEMPORÁNEO
1992
MÉXICO

ENTREVISTAS

**FERNANDEZ,
FERNANDO**
1993
MÉXICO

ALMEIDA, LOURDES
1993
MÉXICO

**DE AGUIRRE,
JORGE PABLO**
1993
MÉXICO

SUTER, GERARDO
1993
MÉXICO

MONTALVO, GERMAN
1993
MÉXICO