



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

---

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

**“Aplicación de la Ilustración para el logotipo  
“Pueblo Mexicano” del Parque de Diversiones  
Six Flags México”**

*(Logotipo para la sección “Pueblo Mexicano”  
del Parque de Diversiones Six Flags México)*

**TESIS**

Que para obtener el título de:  
**Licenciada en Diseño Gráfico**

Presenta

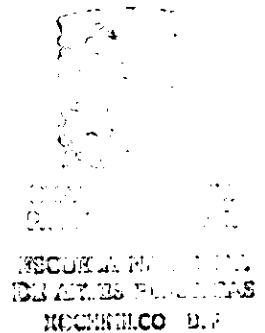
**ROXANA FRAGA HERNANDEZ**

**DIRECTOR DE TESIS**

*Mtro. en A.V. Francisco Plancarte Morales*

**ASESOR DE TESIS**

*Mtra. en A.V. Ariadne García Morales*



206655

México, D.F., 2000.



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.

## INDICE

TITULO: "Aplicación de la ilustración para el logotipo «Pueblo Mexicano» del Parque de Diversiones Six Flags México"

SUBTITULO: LOGOTIPO PARA LA SECCION "PUEBLO MEXICANO" DEL PARQUE DE DIVERSIONES SIXFLAGS MEXICO.

INTRODUCCION.

### CAPITULO I.

DISEÑO Y COMUNICACION..... Pag. 4

- 1.1 Diseño Gráfico.
- 1.1.1 Campo de Trabajo.
- 1.2 Identidad Gráfica.
- 1.2.1 Marca.
- 1.2.2 Signo y Símbolo.
- 1.2.3 Logotipo, Imagotipo y Logosímbolo.
- 1.2.4 Manual de Identidad.

### CAPITULO II.

LA ILUSTRACION TRADICIONAL..... Pag. 24

- 2.1 Definición de Ilustración.
- 2.2 Antecedentes e Historia de la Ilustración.
- 2.3 Géneros de la Ilustración.
- 2.4 Técnicas.
- 2.5 Materiales y Herramientas.

### CAPITULO III.

SIXFLAGS DE MEXICO..... Pag. 68

- 3.1 Organización.
- 3.1.1 Visitantes.
- 3.1.1.1 Estadísticas. Gráficos.
- 3.2 Proyección e Imagen.
- 3.3 Competencia.

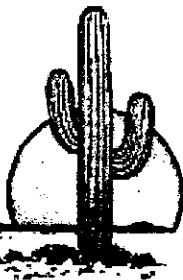
### CAPITULO IV.

DESARROLLO Y APLICACION DEL LOGOTIPO PARA EL "PUEBLO MEXICANO"..... Pag. 76

- 4.1 Requerimientos de Diseño.
- 4.2 Forma.
- 4.3 Color.
- 4.4 Tipografía.
- 4.5 Desarrollo y aplicación del logotipo "Pueblo Mexicano".
- 4.5.1 Formato y Reticula.
- 4.5.2 Imagen.
- 4.5.3 Color y Tipografía.
- 4.6 Propuesta Gráfica.

CONCLUSIONES..... Pag. 99

BIBLIOGRAFIA.





*Faded handwritten text, possibly a date or name, located in the upper right corner of the page.*

*\* Agradezco a Dios, a mis padres, hermanos y a mi sobrinita por su amor y apoyo durante toda mi vida.*

*\* A ti hermanito por tu compañía y consejos que me han permitido crecer como mujer, hija, hermana y profesionista.*

*\* Gracias a mis amigas Yola, Lore y Adri por su amistad y compañía en todo este tiempo.*

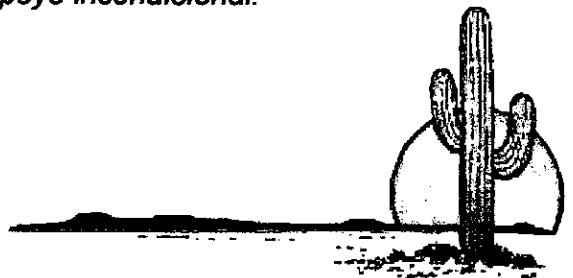
*\* Gracias a todos mis amigos de Reino Aventura (Six Flags México). No los olvido.*

*\* Gracias Bogart por todo tu apoyo y amistad.*

*\* A mis maestros Ariadne, Francisco, Jorge, Helmunth y Edgar por sus consejos para culminar una de las etapas más difíciles de mi vida.*

*\* Gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Escuela Nacional de Artes Plásticas por darme la oportunidad de ser una profesionista más.*

*\* A un angelito caído del cielo, a ti Hernán por tu cariño y apoyo incondicional.*





## INTRODUCCION

En nuestros días la comunicación ha crecido de manera increíble, antes la ilustración se consolidaba dentro de la sociedad como parte de la expresión artística tradicional y única, el surgimiento de grandes ilustradores dejaron dentro de la historia del arte y del diseño vanguardias y técnicas de representación para interpretar sus ideas a través de ellas.

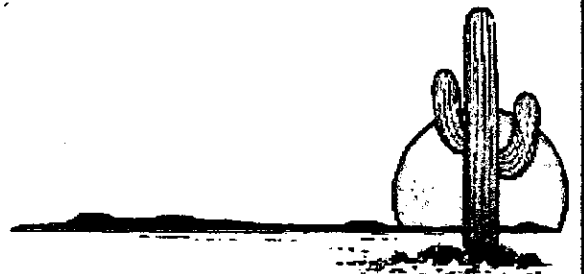
Hoy en día las empresas dependen de una imagen corporativa para lograr que la sociedad identifique dentro del núcleo masivo de comunicación a través de un logotipo que debe expresar la idea exacta del carácter de la empresa de nuestro interés.

Ahora las empresas se dividen en diferentes áreas de trabajo las cuales sus funciones y necesidades requieren de una imagen específica sin perder la esencia del logotipo de la empresa.

Este proyecto nos enfrenta a la formación de un logotipo para una de las áreas del parque de diversiones "Six Flags México".

Six Flags México es un parque de diversiones tematizado, cada sección de entretenimiento expresa diferentes conceptos de imagen llamadas "Pueblos". Cabe mencionar que cada sección tematizada requiere de una identidad gráfica misma que logra expresar diferente imagen visual y cultural.

"El Pueblo Mexicano" es una de las áreas más importantes para el parque "Six Flags México", de ésta parte la cultura de nuestro país y la representación de nuestras raíces.





## CAPITULO I. DISEÑO Y COMUNICACION.

### 1.1 El Diseñador Gráfico.

*“ La función del diseñador consiste en resolver problemas de comunicación relativos a un producto, conceptos, imágenes y organizaciones y hacerlo de forma original y precisa.*

*Esto se logra a través de la comparación de elementos elegidos y dispuestos con sumo cuidado, cuya presentación se basa en una fórmula que es esencialmente simple, pero que se ha refinado a través de las muchas etapas que se ha desarrollado”.(1)*

En los últimos años, el avance de las comunicaciones nos ha convertido en ciudadanos de la Aldea Global que manipulaba M. MacLuhan (2), con sus consecuencias lógicas de aceleración de procesos históricos y mezclas culturales que conllevan ciertos efectos negativos, uno de los cuales es la pérdida de significado de ciertos términos y, por tanto, su uso indebido, como es el caso del tan traído y llevado “Diseño”, utilizado erróneamente y con tanta frecuencia.

Para llegar a una comprensión del diseño se debe examinar su alcance y profundidad, y no dejarse llevar por estilos o modas de lenguaje contemporáneos que ofusquen a posibles futuros profesionales o personas que simplemente tengan inquietudes y deseos de adentrarse en ese campo de la creatividad y la comunicación, que, muy al contrario de la frivolidad con que se relaciona al diseño y al diseñador, implica profesionalidad, técnica y deseos

El diseñador gráfico en su labor de intérprete o traductor del mensaje de su cliente al público objetivo (receptor) debe cubrir una serie de etapas ordenadas para la consecución de un trabajo correcto. La primera, el análisis, consiste en examinar la identidad y necesidades del emisor (cliente) con sus características concretas (fabricantes, entidad estatal, profesional libre, etc.) para que el tipo de imagen que ha de plasmar en su diseño sea consecuente.

(1) Scott, Roberto Gilliam, “Fundamentos del Diseño”, p. 1,2,4”, México, pp. 350

(2) Ibid. p. 264



El siguiente tema a analizar es el receptor, a quién va destinado el trabajo, su aspecto social, cultural y económico, ya que es imperativo que el mensaje sea comprensible.

Se realiza un análisis y una investigación, en la que se tienen en cuenta los filtros por los que pasará la información hasta llegar al receptor, tanto por su situación como por la cantidad de información parecida que está recibiendo actualmente, y las consecuencias que ésta ha tenido. En la siguiente etapa, es cuando, reunidos los datos anteriores, comienza el auténtico proceso creativo.

La creación y la apreciación de la belleza son una experiencia puramente humana, hasta el punto que podría definirse como un animal con capacidad estética, lo que parece una paradoja, porque nos lleva suponer que existe belleza en las cosas naturales, pero la naturaleza no produce cosas bellas o feas. El placer que nos produce la contemplación de las cosas naturales no es estético, encontramos goce en su perfección, en su acomodamiento al medio, en su exactitud, pero la naturaleza no tiene libertad, por lo que no puede producir belleza. La confusión que produce la contemplación de las cosas naturales, tan perfectas, a veces se traduce en juicios similares a los que nos produce la emoción estética, influidos por las ideas tradicionales de occidente donde, durante muchos siglos, el arte ha cumplido

una función social que obligaba a representar cosas naturales.

El arte se vale de las imágenes naturales para representaciones en las que se incorpora un sentido humano, dotándolas a veces de una funcionalidad.

El hombre se ha expresado con imágenes desde sus comienzos como tal, con fines diversos: comunicarse con otros grupos o tribus, conjurar espíritus en rituales mágicos, o simplemente plasmar su pensamiento gráficamente por el nuevo placer de hacerlo, dejándonos con ello pautas para conocer sus culturas.

Surge la necesidad de crear formas de comunicación sin importar las culturas y razas que integran o conforman una sociedad, por eso mismo la expresión gráfica ha evolucionado a través de nuevas interpretaciones y aplicaciones que junto con la publicidad y sus medios de comunicación vendemos una imagen, misma que puede representar cualquier tipo de características dependiendo su función.



Es importante establecer la diferencia entre ARTE PURO Y ARTE APLICADO, o más concretamente, diseño, los dos aspectos principales de la actividad cultural de nuestra época. Para dar mayor evidencia a este análisis veamos los dos polos opuestos de esta cuestión: de un lado, el artista puro, romántico, con ideas subjetivas absolutas e indiscutibles; en el otro extremo está el diseñador objetivo, racional y lógico, que justifica lo que hace con razonamientos. Por supuesto, no se pretende hacer un juicio de valor, a favor o en contra de una u otra forma de crear, sino aclarar unas diferencias que puedan no ser perceptibles desde fuera. Así el artista puro tendrá estilos y tendencias expresivas puramente estéticas (aunque el arte actúa muchas veces como vía de comunicación de otro tipo de ideas), mientras que para el diseñador "las formas que proyecta son el resultado de un método objetivo". (3 )

Pretendo dar a entender que el diseño es el proceso creativo de una obra con una utilidad concreta destinada, además de a producir deleite, a cumplir una función práctica (Arte Aplicado).

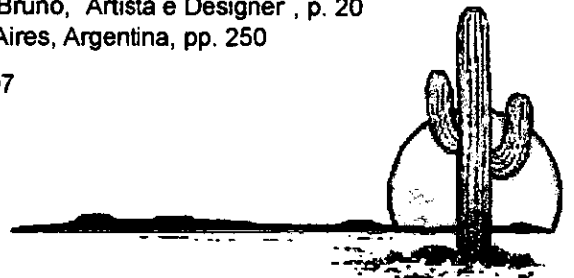
Es fundamental tener en cuenta que en el diseño todos los elementos que se utilicen, texto, fotos, dibujos, colores o la ausencia de alguno de ellos, tiene un valor considerable por sí mismos en cuanto a impacto visual, y que si se utilizan correctamente, se podrá establecer la comunicación visual perseguida por el diseño gráfico.

Al seleccionar estos elementos, hay que tener en cuenta la posibilidad de que algunos estén sobrecargados de información o se presten a ambigüedades, en cuyo caso habrá que simplificarlos o sustituirlos. Obviamente, puede darse el caso contrario, y hay que apoyarlo convenientemente, de modo que se llegue al punto justo que suministro de información. Lo antedicho nos lleva a la que podríamos decir es la regla base de un buen diseño gráfico: el exceso de información no la reafirma, sino la entorpece. Nunca se deben acumular más elementos gráficos que los necesarios; en diseño gráfico sobran los adornos si son simplemente eso. Lo que no implica caer en el polo opuesto, deben ser sopesadas las posibilidades de interpretación, según el público a quién van dirigidas.

"En el razonamiento secuencial racional en el que las ideas se suceden ordenadamente y unas son conclusión de las anteriores, el valor informativo se basa en la fuerza de dicho razonamiento gráfico, y el impacto visual hace que la fuerza comunicativa recaiga en las formas y su disposición" (4).

(3) Munari, Bruno, "Artista e Designer", p. 20  
Buenos Aires, Argentina, pp. 250

(4) Ibid. p. 97





Hasta principios de este siglo, la información que llegaba era fundamentalmente lineal: texto a leer ordenadamente y asimilar del mismo modo; pero a medida que han ido avanzando las técnicas de impresión, la imagen ha llegado a tener una preponderancia absoluta, ahora se "ve" más de lo que se "lee", lo cual no cambia la forma de pensar, alterando la comprensión que en este caso impone lo fundamental a lo accesorio, la forma al fondo.

El proceso de diseño estará basado, pues, en las líneas de funcionamiento de esta mentalidad gráfica, traduciendo la idea inicial a su forma plástica, graduando qué elemento debe tener prioridad sobre los demás, desde el formato al texto, combinándolo con las limitaciones técnicas del medio en el que se va a expresar, otro condicionante básico, ya que muchas veces las características del soporte a utilizar desaconsejan e incluso impiden la utilización de ciertos elementos.

### 1.1.1 Campo de Trabajo

La creciente importancia del Diseño y de la Comunicación Visual se percibe en los campos de las relaciones humanas, las empresas, instituciones y corporaciones, las diferentes culturas y los individuos en general.

Se puede ejercer en la iniciativa privada o en las diversas instancias gubernamentales y paraestatales, considerando

que la mayor demanda se sitúa en el sector privado, específicamente en la comercialización de productos y servicios, así como en la difusión masiva de mensajes en los campos de:

#### \* LOS MEDIOS IMPRESOS.

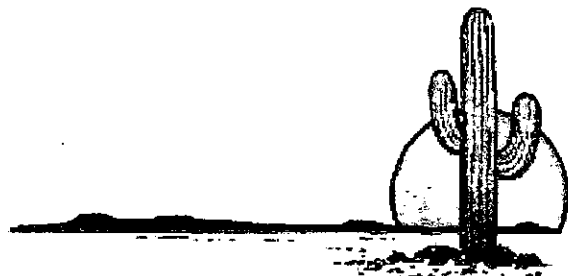
- Periódicos, Revistas, Imprentas, Empresas Editoriales, Buró de Servicio.

#### \* LOS MEDIOS ELECTRONICOS DE COMUNICACIONES.

- La Televisión, El Cine, Los Medios y Multimedia Audiovisuales.

#### \* LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE SERVICIOS Y GUBERNAMENTALES.

- Departamento propio de Comunicación y / o Difusión y / o Promoción.



**\* LOS SECTORES ESPECIALIZADOS.**

- Despachos de Diseño y / o Publicidad, Proveedores de Servicios de Internet.
- Desarrollo Independiente de la Profesión.

**\* LOS SECTORES CIENTIFICOS, CULTURALES Y EDUCATIVOS.**

- Institutos de Investigación, Escuelas, Foros de Espectáculos, Casas de la Cultura y Galerías.

**\* DENTRO DEL SECTOR PRIVADO.**

- Despachos de diseño, Agencias de Publicidad, Industrias, Empresas Editoriales en las Principales Zonas Comerciales de la Ciudad.

**\* DENTRO EL SECTOR PUBLICO.**

- Instituciones Gubernamentales, ocupando cargos desde Diseñador Gráfico, Fotógrafo, Laborista de Fotografía en B/N y Color e Ilustrador, hasta jefe de oficina, Jefe de Departamento, Subdirector o Director de Diseño o Comunicación Social.

**\* DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES CULTURALES, MUSEOS Y CASAS DE CULTURA.**

- Diseño de Ambientación Museográfica lo cual requiere una especialización en el Area.

**\*DENTRO DEL SECTOR COMERCIAL.**

- El Diseño editorial en las librerías, Discografía (portadas de discos), Stands y Displays, Envase y Embalaje, Etiquetas, etc.

**\* TRABAJOS POR CUENTA PROPIA.**

- Free Lance, cuando un particular solicita sus servicios para la elaboración de diversos productos gráficos, diseño de stands y exposiciones, ilustración profesional para comics publicitarios, en revistas, periódicos, televisión (cortinillas, comerciales, logotipos de programas), etc.

**1.2 Identidad Gráfica.**

Es importante identificar a alguien o algo a través de un nombre y otros con un gráfico, pues bien, esta forma de identificar surgió de las primeras sociedades, anterior por tanto a la escritura, la representación visual individualizada es casi tan antigua, anunciando caza o las propiedades de un clan. En nuestra sociedad actual, compuesta por consumidores de uno u otro tipo y de lenguas diferentes, la identificación visual, de la marca, se ha convertido en uno de los elementos más numerosos y de impacto más concreto de la vida cotidiana; y no sólo en lo comercial, sino también en lo político y



social. Nadie acepta un producto sin marca, que no está respaldado por un símbolo de calidad que nos merezca crédito, como pueda ser una marca que conocemos como responsable, o un organismo de control.

El desarrollo de una marca, elemento identificativo de un fabricante, organismo o asociación, es una de las más serias responsabilidades del diseñador una vez más traductor o transmisor de ideas por medios de lectura rápida, evitando todo error de interpretación.

Es importante mencionar la diferencia de la Identidad Corporativa con la Identidad Gráfica o Imagen Gráfica; es el conjunto de elementos formales que representan a una entidad, la imagen gráfica es la imagen que representa a la empresa, institución, gubernamental, etc. (ej. el logotipo o imagotipo) mientras que la identidad corporativa es el conjunto de elementos gráficos que también representan a la empresa en sus diferentes aplicaciones (manual de identidad, promocionales, etc.)

Para entender más de la Identidad Corporativa, la marca nos ayudará a identificar al producto (ej. como la firma a un individuo), sus actos o sus productos incidirá en el proceso de diseño integral o internacionalmente.

Aunque algunos de los elementos formales de dicha imagen pueden tener aspectos diversos con un mismo resultado en cuanto a calidad de elección y tratamiento, existen elementos de juicio válidos para

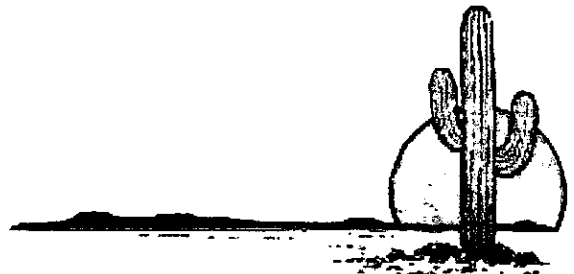
cualquier solución: evidentemente, una Imagen Corporativa difícilmente legible o ambiguamente identificable producirá el efecto contrario al deseado en su creación, perjudicando a la entidad que representa.

La marca, el eje de la Imagen o Identidad Corporativa de una entidad, se compone de varios elementos formales que generalmente se confunden entre sí o con el todo, por lo que su identificación correcta se convierte en prioritaria; no obstante los posibles desacuerdos, se utilizarán las denominaciones más aceptadas.

### 1.2.1 Marca

“Se entiende por MARCA el conjunto de elementos gráficos que componen una Imagen Gráfica. La marca puede estar compuesta de uno o varios elementos, definidos como imagotipos y logotipos que más adelante se hablará de ellos.” (5).

(5) Ibid. p.54



La marca puede estar constituida simplemente por un logotipo o ser una conjunción de imagotipos más logotipos. La mayor o menor calidad de una identidad gráfica estará basada no sólo en la originalidad de su concepción gráfica, que de por sí es muy importante, sino en su rapidez de lectura, de visualización, y en la capacidad posterior de fijación y persistencia en la memoria del receptor, denominada *pregnancia*.

Las características fundamentales de una buena Imagen Gráfica serían: representatividad o índice de identificación con la entidad a representar, originalidad, que influirá en las restantes, lectura rápida y comprensible por la mayor cantidad de personas y *pregnancia*.

A esto decimos que la marca es un distintivo de propiedad, todo lo que realiza el propietario lo marcará de manera permanente para que la sociedad identifique y recuerde dicho nombre o registro a través de una firma o la marca de fábrica, impresión en el membrete, etc.

La marca se divide en diferentes niveles de interpretación para su mejor entendimiento y aplicación en el desarrollo de la identidad gráfica y corporativa.

#### Nivel Conceptual:

Logotipo, anagrama, monograma y sigla son cuatro conceptos de una misma raíz alfabética y gráfica al igual que son formas logotipadas.

Menciono brevemente el significado del logotipo mismo que más adelante será un tema importante para desarrollar y entender.

- «Del latín *logos (palabra) y tipos (acuñación)*,» el logotipo es una palabra que forma una unidad y no una simple sucesión de letras. El logotipo juega con los contactos, enlaces y superposiciones de sus letras, con líneas que encierran a la palabra así logotipada. De este modo, el logotipo pasa del orden legible al visible. Con lo que el nombre de marca adquiere así una figura particular y característica.
- «El anagrama, *ana (transposición) y gramma (escritura)*,» posee asimismo los rasgos logotipados en una palabra que nace de la combinación de algunas letras o sílabas del nombre de la marca. Es una forma de reducción, de concentración, en una figura escrita. Las contracciones como Banamex (Banco Nacional de México), Telmex (Teléfonos de México), etc.



\* Banamex y Telmex, ejemplos claros del anagrama.



- «El monograma, monos (*uno*) y *gramma* (*letra*),» es la forma gráfica que toma una palabra escrita cuando ésta se construye enlazando rasgos de unas letras con otras, e incluso suprimiendo las letras que en una palabra se repiten. Una misma A, por ejemplo, hace las funciones de las demás Aes que figurarían en una determinada palabra.

El monograma puede ser leído como una palabra; en cambio, la sigla es un conjunto de iniciales que no permiten su lectura en secuencia, sino que han de ser deletreadas (IBM, INBA, ITM, NBC, RCA, NCR, TWA, ITT, etc.)

 Packard Bell.

**NEC**

**IBM**

**DELL**



 GATEWAY2000

 **HEWLETT  
PACKARD**

**SONY**

**MICRON**  
ELECTRONICS

 **Power Computing**

**UNISYS**

**CNN**  
PRODUCTIONS

**WGA**

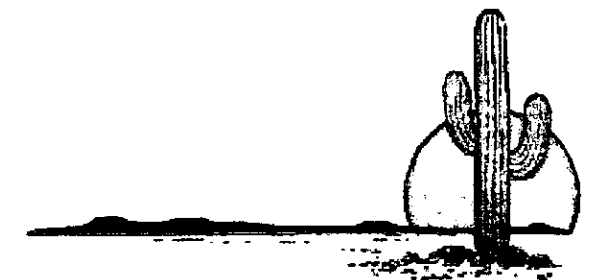
**IBM**

 **KLM**

**NCR**

**ITT**

\* Ejemplos de siglas reconocidas internacionalmente.



### **Nivel creativo:**

La marca nace de una idea, es decir, la marca parte del signo gráfico y pasa a ser una realidad compleja de elementos o elemento visual a través de la identidad para una empresa o masas más pequeñas de comunicación misma que evoca o sugiere cosas concretas y reales, cosas fantásticas, valores funcionales o psicológicos, provoca, o pretende provocar, un efecto en el receptor, es expresable en una o varias palabras y es visualizable.



\* Fox, como marca reconocida dentro de la comunicación, logrando en su imagen efectos en base a su concepto.

### **Nivel estratégico:**

Para que la marca cumpla con su función y estructura es importante la publicidad en el diseño, representando a la identidad del producto a través de diferentes medios estratégicos dentro de la comunicación.

### **Nivel económico:**

Simple, el precio de venta también forma parte de la marca, la cual deberá ser reconocida. Entra a la competitividad misma que logra que el

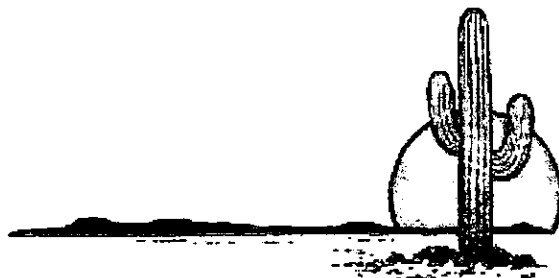
producto se coloque en un nivel de venta la cual será medible dentro de las ventas. La marca será la responsable en lograr que el producto alcance su punto de venta y su identidad ante el público.

### **Nivel legal:**

Como elementos de identidad, las marcas son objeto de registro en propiedad, en protección de su uso exclusivo por su beneficiario. Esto llevará a hacer trámites administrativos y ciertos costos en tiempo, creatividad y dinero.

### **Nivel funcional:**

Es importante retener, memorizar y percibir la marca para obtener resultados óptimos de percepción, integración, acumulación y la impregnación en la memoria, pasando por varios procesos: desde el olvido inmediato o progresivo hasta su inverso y a fijación en la mente. El reconocer o identificar a la marca o empresa nos lleva a un sentido de identidad visual misma que nos llevará a la



respuesta y resultado de reconocer si el producto es reconocido e inmemorable dentro de las masas comunicacionales y sociales.

**Nivel sociológico:**

Una marca es un elemento público, socializado. Deberá estar siempre en la mente del público para que éste forme parte de su consumo. Se logra a través de la Publicidad y diseño de la marca. Aquí nos damos cuenta que la marca también pasa a ser un símbolo (dimensión icónica). Ejemplo: el camello de Camel (cigarros), IBM, Olivetti, etc.



\* IBM, Discovery, Olivetti marcas identificadas por el público.

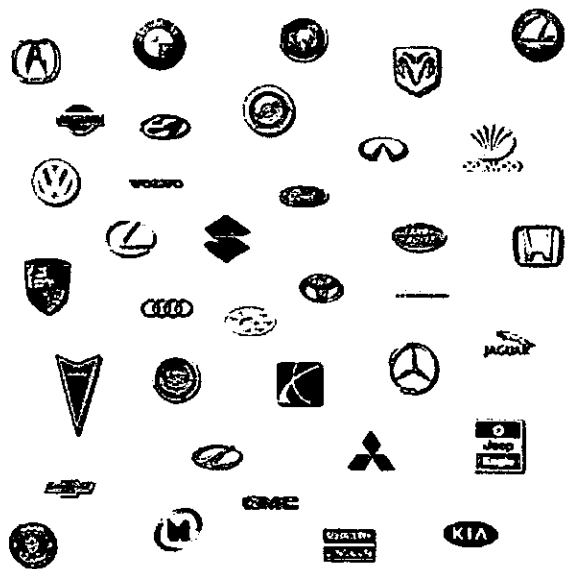
**1.2.2 Signo y Símbolo**

**El signo**, que constituye la identidad visual de la empresa es el logotipo, el símbolo y la gama cromática. (6)

Las combinaciones de los signos de identidad son: logotipo-color y logotipo-símbolo-color.

\* Como bien se sabe el logotipo representa el nombre de la marca, mismo que termina siendo "informativo" desde el punto de vista de la identificación.

\* El símbolo, como aspecto icónico, expresa la fuerza de memorización, mismo que puede ser un elemento abstracto muy conocido (ej. Equis forma geométrica) como un símbolo realista de marca (ej. La estrella del Mercedes Benz).



\* Ejemplos de símbolos de marca.

(6) Ibid. p. 36



\* La gama cromática ha de considerarse como un elemento complementario en la identificación visual; del mismo modo que el color es dependiente de la forma. El color introduce una carga emocional, estética, connotativa y la identidad y una notable fuerza señalética.



\* Coca-Cola claro ejemplo de marca identificada por su color rojo.

Los signos sólo son herramientas que, como tales, poseen ciertas condiciones intrínsecas, pero lo que cuenta en realidad son los *mensajes* que con ellos seamos capaces de transmitir.

En todas sus manifestaciones culturales, la humanidad ha empleado imágenes, incluso simples trazos que significan algo más de lo que son como dibujo: **los símbolos**. Mediante símbolos se expresan conceptos o ideas complejas e incluso abstractas, por medio de imágenes simples, facilitando la comunicación entre personas conocedoras de significado, aunque practiquen lenguas diferentes. (7)

El diseño utiliza constantemente un lenguaje simbólico sustituyendo conceptos por grafismos de forma o color parecidos e incluso más representativos formalmente

que las palabras a las que sustituyen, excesivamente radical, que el objeto de comunicación gráfica perfecto es el que no necesita texto, y de hecho, hay gran cantidad de signos o pictogramas que a pesar de haber sido creados hace poco tiempo, ya nadie duda de su significado.

El símbolo no tiene necesariamente por qué tener un sólo significado, pudiendo aparecer en entornos diferentes, sino un significado global, que en cada caso induce a una lectura diferente según el contexto.

No se debe confundir, aunque en algunos casos puedan reunir ambas condiciones, símbolo con signo; un signo marca una acción para la que ya se está condicionando en sí mismo: una flecha significa dirección por sí sola, en un contexto puede simbolizar algo diferente.

La mente humana está continuamente filtrando lo que percibe, desechando lo que no considera importante, tendiendo a utilizar o "leer" los objetos como signos y no ver su simbolismo con respecto al entorno en que se encuentra. El diseñador tiene la obligación de ayudar a volver a encontrar el

(7) *Ibid.* p. 42





valor simbólico de las cosas que la humanidad tuvo en tiempos pasados.

La comunicación entre el diseñador y el observador final depende del conocimiento y adaptación de las estructuras mentales de aquél para el público que lo va a recibir, utilizando o creando símbolos que sabe que van a ser recibidos como él quiere.

Este lenguaje común, llevado al extremo opuesto, proporciona el simbolismo críptico, dirigido a unos pocos que poseen la información suficiente, manteniendo al resto al margen del mensaje. Cuando el diseñador está usando símbolos en un cartel, mensaje publicitario, o directamente creando la imagen corporativa de una empresa, se está generalmente hablando de símbolos a tener en cuenta, sobre cuya incidencia en la mente aún hay discrepancias: el arquetipo.

Con base en lo antes mencionado podemos entender mejor y ejemplificar el símbolo; en el diseño de identidad visual, el símbolo es una representación gráfica, a través de un elemento exclusivamente icónico (carácter figural), que identifica a una compañía, marca o grupo, sin necesidad de recurrir a su nombre. El símbolo trabaja como una imagen en un lenguaje exclusivamente visual, es decir, universal.

Joan Costa cita el estudio de los signos, símbolos y los demás elementos de la lingüística como la semiología que menciona Barthes y propone invertir a la definición saussuriana en su enunciado:

"La lingüística no es una parte, ni siquiera privilegiada, de la ciencia general de los signos. Es la semiología la que es una parte de la lingüística; pues los objetos, las imágenes, los mensajes, los gestos, las conductas pueden significar, y de hecho significan abundantemente, pero nunca es forma autónoma, sino ligada al lenguaje, todos sistema semiológico se mezcla con el lenguaje." (8)

Se entiende a la semiología, de una manera general, como objeto de todo sistema de signos, cualesquiera que sean su naturaleza y sus límites, por el hecho de que éstos constituyen sistemas de significación.

Dentro de la semiología el símbolo, al igual que el logotipo, ejerce una función identificadora. En este caso ya no hay una equivalencia de la palabra (nombre o logotipo), sino de la misma marca o empresa. Si el logotipo presenta directamente al nombre en forma escrita, el símbolo ejerce una función más compleja y sutil, ya que representa (por sustitución) la noción más abs-

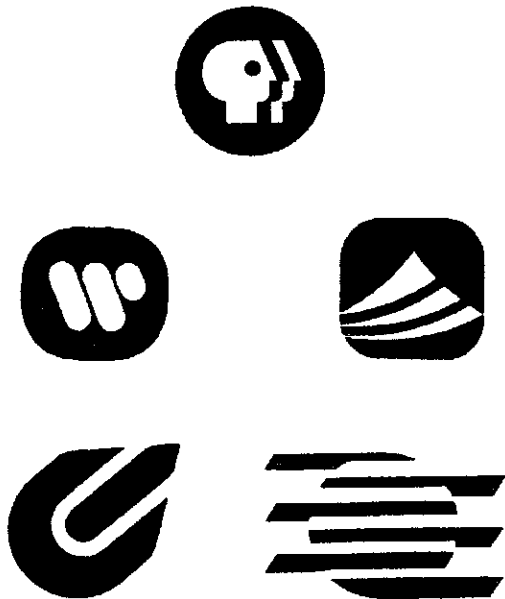
(8) Costa, Joan, "Identidad Corporativa", p. 87, México, pp. 237



2-tracta de la misma marca, en tanto que supersigno o valor que no sólo está constituido por elementos visuales o verbales, sino psicológicos, tal como hemos desarrollado el concepto global de marca.

El empleo del término símbolo revela variaciones considerables de sentido. El símbolo es una forma sensible, o un estímulo capaz de despertar espontáneamente resonancias intensas en el espíritu, no sólo de un individuo sino también de una colectividad.

El símbolo de identidad se convierte en formas icónicas, lo que significa que poseen grados variables de abstracción.



\* Ejemplos de símbolos de identidad para empresas internacionales.

### 1.2.3 Logotipo, Imagotipo y Logosímbolo.

#### El Logotipo:

"Del griego logos (palabra, discurso) y de typos (golpe que forma una imprenta, como la que hace una cuña al estampar sobre una moneda -acuñación-) letra". (9)

El primero de los signos visuales de identidad. El logotipo es la forma particular que toma una palabra escrita, o una grafía - generalmente un nombre o un conjunto de palabras -, con la cual se designa y al mismo tiempo se caracteriza una marca comercial, un grupo o una institución.

La palabra logotipo, en tanto que es una trasposición escrita - es decir, gráfica - del nombre comercial o institucional, se utiliza en grafismo y en publicidad. El término logotipo procede de la tipografía.

El logotipo, la forma gráfica que se le da al nombre, refuerza a su identificación al añadirle características concretas formales y cromáticas que le individualizan frente a palabras semejantes o iguales: para un angloparlante, la palabra "camel" simboliza al animal, el camello, pero, si se le aparece unos rasgos tipográficos concretos, unos

(9) Ibid, p. 27

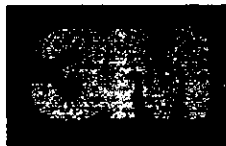


tipos azules perfilados en plata, el observador se abstrae del significado zoológico y "ve" una marca de cigarrillos del mismo nombre.

El logotipo puede estar compuesto por todas las letras del nombre representando o por una contracción (extracción de ciertas letras) o un acrónimo, que en muchos casos es el nombre en sí, como BITAL, BANCOMER, COCA COLA, PEPSI, BARCEL, CANON, EPSON, etc.



**EXXON**



En el diseño de un logotipo, la tipografía puede sufrir alteraciones formales que afianzan su personalidad, redundando con el propio nombre, como sería tipografía

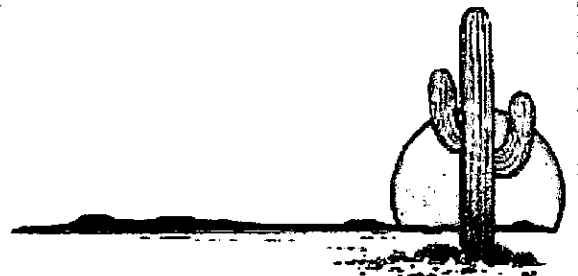
llena de ondulaciones en la que se lea "Agua", o bien representando la actividad de la entidad a la que se refiere.

En algunos casos se crea una tipografía específica para el logotipo que lleva, voluntariamente o no, al proceso de diseño de una fuente tipográfica nueva que formará parte de la Imagen Corporativa, al ser utilizada en todos los elementos gráficos de la entidad.

El logotipo es el signo primordial de la identidad corporativa, ya que es un elemento verbal por excelencia de la comunicación. Los demás signos e icónicos, no hacen sino vincularse estrechamente en el nombre (de empresa o marca) y, por consiguiente, con su forma gráfica particular: el logotipo.

"La palabra logotipo procede del campo del arte gráfico. Gutenberg, y más tarde Aldo Manuzio, componían logotipos o conjuntos de letras unidas entre sí que contrastaban con las letras tipográficas." (10)

(10) Ibid, p. 80



El logotipo debe estar diseñado por medio de caracteres de letras originales, que no estén al alcance de otras empresas, esta especificidad del logotipo, que lo hace único y exclusivo (La Coca Cola) implica el diseño especial de letras que, por lo mismo, no están disponibles ni en caracteres tipográficos, discos de fotocomposición, caracteres transferibles, ni en letras mecanográficas; o se puede hacer, si no un diseño original, un rediseño inteligente en alfabetos existentes.



\* Coca-Cola uno de los logotipos más reconocidos mundialmente.

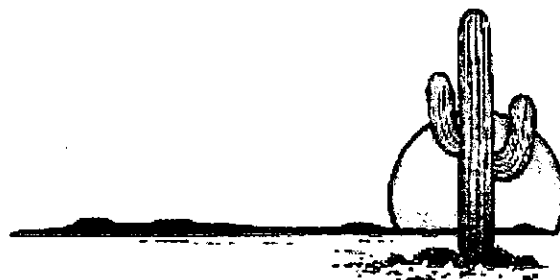
Con el logotipo podemos jugar con sus formas y lograr una identidad visual, pero existe una manera más para lograr que el logotipo forme parte de la interpretación gráfica mismos que estos principios del logotipado de nombres de marca o de empresa, en el diseño de la identidad visual, tienen su principal razón de ser por cuanto caracterizan, destacan y aíslan al logotipo, dándole un carácter relevante en relación con los demás elementos visuales que coexisten en un mensaje (por ejemplo, las ilustraciones, slogans y textos de un anuncio publicitario). En la medida en que un logotipo sea característico, será más memorizable, lo cual es una función no menos importante.

### *El Imagotipo:*

Es la parte puramente gráfica de una marca se le denomina imagotipo o, genéricamente, símbolo (*del griego imago (imagen) y typo (letra)*).

La representación de una entidad, o un fenómeno natural sacralizado por medio de símbolo, es tan antigua como el hombre, que ha utilizado estos símbolos como talismanes, como elementos mediador entre el hombre y los dioses, algunos de ellos permaneciendo hasta hoy; todo el mundo sabe de qué se trata cuando ve una cruz, una media luna o una estrella hexagonal. Cuando un grafismo representa algo concreto, incluso un evento, trasciende su condición de símbolo, pasando a ser un signo, condición que cumplen la mayor parte de los símbolos que aparecen en marcas.

Estos elementos pueden ser imágenes figurativas o abstractas, según el criterio del diseñador. En el caso de la figuración, el elemento representado (animal, planta, objeto) no es relevante, aparte del acierto en su elección como símbolo de la entidad a la que va representar, y sí lo es el tratamiento gráfico que reciba, la forma física con que se le presenta, cómo ha sido sintetizado o no, etc.



La responsabilidad del símbolo o Imagotipo es en cualquier caso muy grande, ya que estará reforzando la denominación que conlleva el logotipo, llegando a trascenderlo haciendo innecesaria su lectura, englobando por sí mismo la imagen de la entidad que representa, convirtiendo la denominación de identificación.

Hay un elemento cuyo campo de existencia se funde tanto con el del símbolo como con el logotipo, el anagrama, término que en una época se usaba para definir erróneamente la Identidad Corporativa, como hoy ocurre a menudo con el logotipo.

Otra forma verbal que da origen al logotipo, y es todavía más simplificada, es la **sigla**. Si el anagrama se compone de letras y sílabas procedentes del nombre, que forman una palabra distinta, la sigla se compone exclusivamente de las iniciales del nombre. Por ello, generalmente la sigla tiene menos letras que el anagrama. La sigla es una secuencia de letras no legible, no pronunciable de modo articulado, y exige por tanto ser deletreada. Por ejemplo: INBA (Instituto Nacional de las Bellas Artes), IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social), etc.

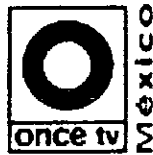


\* Kodak un claro ejemplo de logotipo.

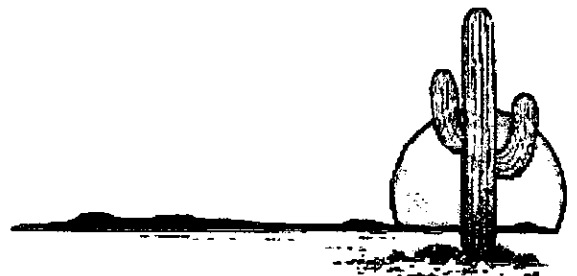


\* TWA, empresa internacional como ejemplo de una sigla.

**Elektra**



\* Ejemplos de Logotipo.



Es importante especificar que los vocablos nombre, anagrama, sigla, inicial, son de naturaleza lingüística.

Otra forma del logotipo es el **monograma** que es una palabra que no se lee linealmente, pues casi todas sus letras forman parte de otras.

A todo esto podemos llamarle símbolos gráficos que se desprende del logotipo el cual es un dominio lingüístico.



\* Ejemplo de Logosímbolo

### *El Logosímbolo:*

Elemento gráfico que representa la función de la empresa a través de un ícono. *Logo* del griego logos (palabra, discurso) y *símbolo* (imagen).

El logosímbolo se conoce como uno más de los términos que representa al logotipo y al símbolo, éste género determina a la representación como una expresión gráfica a través de su función directa, por ejemplo: El logosímbolo de la empresa TELMEX (Teléfonos de México), se compone de un ícono en forma de teléfono acompañado de el nombre de la empresa. El teléfono es la parte representativa de la función de la empresa que expresa directamente como un logotipo pero que su representación no necesita de otra interpretación ya que la misma imagen es directa para el espectador.



\* Ejemplo de Logosímbolo





\* Ejemplo de Logosímbolo



\* Ejemplo de Logosímbolo

Si el nombre de la empresa no es reconocida ante el público el logosímbolo permite de manera más explícita la interpretación directa que éste pretende transmitir a través del símbolo gráfico a lado del logotipo. Ejemplo: Sección Amarilla, Concretos Apasco, La Feria (parque de diversiones), etc.



### 1.2.4 Manual de Identidad.

El desarrollo de la identidad corporativa no termina con la aceptación por parte del cliente de la marca básica, queda por diseñar y definir la normativa de uso de dicha marca en todas sus aplicaciones posibles, utilización de colores corporativas según el medio, proporciones, etc., que conforman el llamado MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA, que será distribuido como reglamento por todas las dependencias que tengan que aplicarlo, a fin de mantener una imagen de empresa coherente. En dicho manual se especifican los usos correctos, e incluso se citan ejemplos de las posibles aplicaciones incorrectas.

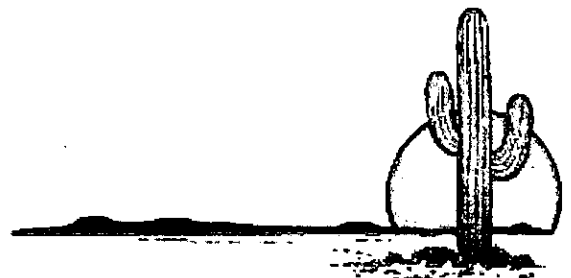
El manual de identidad es un instrumento especialmente normativo, funcional. El manual contiene los elementos simples de identidad (logotipo, símbolo, gama cromática), los elementos secundarios de estructura (formatos, tipografías, módulos, pautas), y los criterios combinatorios, estrictamente definidos para la aplicación correcta del sistema.

La elaboración de un manual de identidad visual requiere la colaboración de grafistas y visualistas especializados, asesorados por experto en técnica informativa, pero siempre estrechamente vinculados al responsable de la operación global de identidad corporativa, esto es, al especialista que ha sido designado por la empresa para llevar a cabo el programa.

El manual de identidad, que abarca y organiza la totalidad de los elementos que constituyen el sistema, se dirige a todos los usuarios eventuales, que deben conocer las reglas que han de asegurar una utilización racional y eficaz de los elementos de identidad en todas sus posibilidades de aplicación. El manual está a disposición de los distintos usuarios de la empresa a través del departamento responsable del programa de comunicaciones.

La utilización del manual, centralizada en un responsable, se destina así a los encargados de crear, realizar y componer impresos, rótulos, embalajes, informaciones, anuncios, ediciones, compra de materiales de señalización, etc. Su función esencial es la de salvaguardar la unidad de estilo, la imagen visual de la compañía.

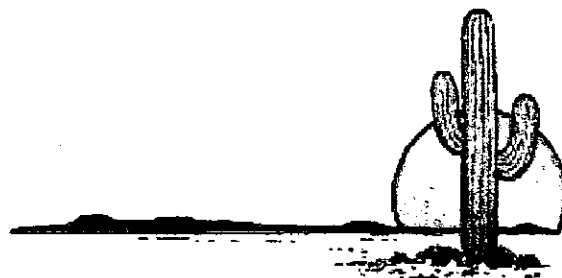
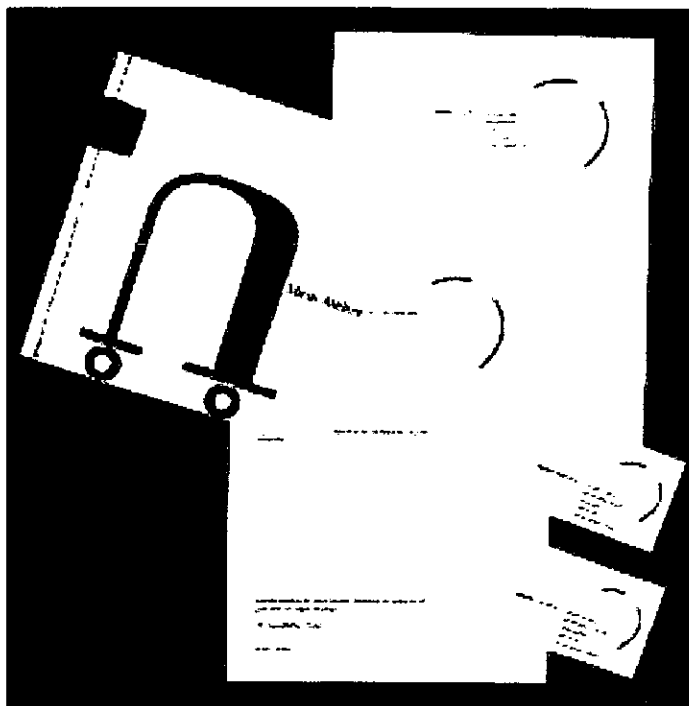
Las normas que se dictan en el manual no pueden ser nunca modificadas en ningún sentido. Cuando los elementos de identidad deban ser reproducidos por usuarios que no estén controlados directamente por la empresa, las normas de identidad serán igualmente respetadas, de modo que siempre esté asegurada la coherencia visual de las comunicaciones de la empresa (o, lo que es lo mismo, que garanticen la construcción correcta de su imagen visual).





Es práctico organizar el manual en grandes partes que abarquen, de manera progresiva, desde los signos y su estructuración en conjuntos definidos, hasta las pautas estructurantes y las formas precisas de aplicación en cada área de manifestaciones comunicacionales de la empresa.

Para concluir la importancia que tiene el manual de identidad dentro de una empresa, la expresión visual de cualquier cambio que vaya a efectuarse, estará prevista y perfectamente mencionado e integrado en el manual de identidad corporativa.



## CAPITULO II. LA ILUSTRACION TRADICIONAL.

### 2.1 Definición de Ilustración.

La Ilustración es uno de los medios visuales y de expresión gráfica más conocidos y difundidos, entre las distintas artes, despierta emociones, visualiza ideas, ilustra sobre un servicio, da a conocer una novedad, estimula el comercio y la industria, pero al mismo tiempo decora, explica y documenta.

"La Ilustración se basa en las técnicas artísticas tradicionales. Generalmente, se considera que la ilustración es arte en un contexto comercial y por lo tanto, las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración". (11)

"La Ilustración es la expresión vital del arte moderno porque concerta su función de manera rápida y con un fin consciente y objetivo, además se desenvuelve como una forma activa de mayor reacción en la mente humana". (12)

"Ilustración. Art. gráf. Dícese del conjunto de láminas sueltas y grabados intercalados en el texto que forman parte de una obra o revista. // Ilustraciones son también los dibujos ornamentales destinados a decorar un impreso". (13)

Desde el punto de vista de muchos autores, coinciden en que la ilustración es un icono o imagen asociada con palabras, eliminando así las imágenes que transmiten un mensaje como los grabados rupestres de Altamira y Lascaux, o los mosaicos romanos o cristianos. La ilustración es una

imagen que hace más clara una idea o texto, y aún más relevante hoy en día es una imagen con una función específica". (14)

Otra definición contemporánea explica que:

Una parte del arte es crear imágenes y parte de la creación de imágenes es la ilustración... la ilustración es la producción de imágenes que son multiplicadas, hasta ahora usualmente con el uso de la impresión. La naturaleza de este proceso involucra la economía. La multiplicación de la imagen del ilustrador cuesta dinero y la persona que lo aporta, es decir, el cliente, tiene ideas acerca de la función de esa imagen. Esta simple definición comienza a separar la ilustración de la pintura o del dibujo; también subraya el compromiso básico que hace el ilustrador. En recompensa por la tarea de pensar y trabajar sobre el problema del cliente, respecto a un tema específico, le paga al ilustrador y su trabajo es repartirlo hacia audiencias masivas.

(11) Terence Dalley, "Guía completa de Ilustración y Diseño, Técnicas y materiales", Ed. Blume, Madrid, 1982, pp.10

(12) Martin Coyler, "Cómo encargar ilustraciones", Ed. Gustavo Gilli, 1994, pp.<

(13) "Enciclopedia Universal Ilustrada Espasa Calpe", 1991, pp. 756

(14) Simon Jennings, "The new Gurdeto Professional Illustration and Design".



"El objetivo de todo arte visual es la producción de imágenes. Cuando estas imágenes se emplean para comunicar una información concreta, el arte suele llamar ilustración. Sin embargo, arte, ilustración y diseño nunca pueden separarse por completo, la ilustración se basa en las técnicas artísticas tradicionales. Generalmente se considera que la ilustración es arte en un contexto comercial y por lo tanto, las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración".(15)

Las imágenes ilustradas tienen dos principios básicos, de los cuales podemos mencionar al primero como el comunicar información al público de la manera más clara; y el segundo, que consiste en tener un alto grado de impacto visual. Estos se aplican para imágenes que contienen o no, texto, para libros, periódicos, revistas, anuncios y cualquier campo relacionado.

A menudo cuando nos referimos a un ilustrador solemos confundirlo con un dibujante, ya que no sabemos realmente diferenciar entre uno y otro, al respecto he retomado un párrafo del libro Técnicas de la Ilustración, de Eugene Arnold y dice:

"Corrientemente se designa al artista gráfico como dibujante, pero éste es un término muy limitado y poco ajustado a la extensión y variedad de sus funciones. Las obras del ilustrador moderno no son simples dibujos, sino cuadros de tan alta calidad y categoría como los de pintura de caballete,

en los que intervienen todos los fundamentos de que se vale el pintor para su expresión y además una serie de factores que hace que su trabajo sea aún más complejo, amplio y difícil que el de éste.

Un ilustrador no es aquel dibujante de los tiempos antiguos que había de limitar su trabajo al lápiz o a la pluma sobre el papel o la piedra litográfica, sino un pintor cuyas creaciones deben someterse a una gran variedad de imposiciones".

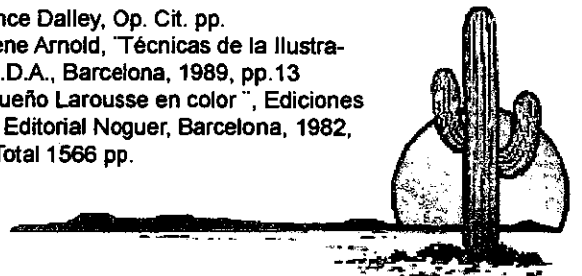
Un dibujante es una combinación de líneas y tonos seleccionados inteligentemente y arreglados con orden. El primer fundamento del dibujo es la línea. La línea es lo más fundamental e importante del dibujo, porque sirve para definir los contornos y separar las diferentes áreas dividiendo éstas en espacios limitados, para concretar las formas y definir pensamientos o símbolos, para determinar direcciones, para resolver valores y para expresar cualidades emotivas". (16)

Por dibujo entendemos que es: Reproducir con el lápiz, la pluma, etc., la forma de los objetos. El dibujo en algunos casos se puede considerar como una ilustración. (17)

(15) Terence Dalley, Op. Cit. pp.

(16) Eugene Arnold, "Técnicas de la Ilustración", L.E.D.A., Barcelona, 1989, pp.13

(17) "Pequeño Larousse en color", Ediciones Larousse Editorial Noguer, Barcelona, 1982, pp. 320, Total 1566 pp.



## 2.2. Antecedentes e Historia de la Ilustración.

Desde los tiempos más antiguos, podemos encontrar a la ilustración complementando gráficamente narraciones en libros, así como también en manuscritos y pergaminos de los cuales podemos mencionar por su gran importancia "El libro de los muertos y el Papyrus Ramessum que tienen una antigüedad aproximada del año 1900 A.C." (18), pero en la época en que la ilustración comenzó a manifestarse de una manera más correcta, fue en la Edad Media (19), donde se utilizó principalmente en la iluminación de manuscritos, que generalmente eran religiosos realizándose en los monasterios, tal vez su manifestación más importante fue el libro de *Tres Riches Heures del Duque de Berry* (18). La cual cuenta entre sus características con una excelente pintura en miniatura, dotada de colores brillantes al temple e inclusive de oro.

Al pasar el tiempo, el campo de acción de los ilustradores se amplió principalmente al dibujo descriptivo y analítico, que se desarrollaba en las ciencias como la anatomía y la arquitectura. Sin embargo fue hasta "el Renacimiento que artistas e ilustradores como ALBERTO DURERO Y LEONARDO DA VINCI" (20), lograron con el descubrimiento de la perspectiva, un alto grado de claridad y minuciosidad en el detalle gracias a la buena capacidad de

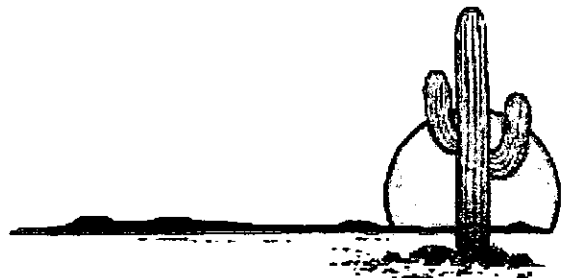
observación y transformación de un plano tridimensional a uno bidimensional, capacidad que aún en nuestros días, es de gran importancia en un buen ilustrador.

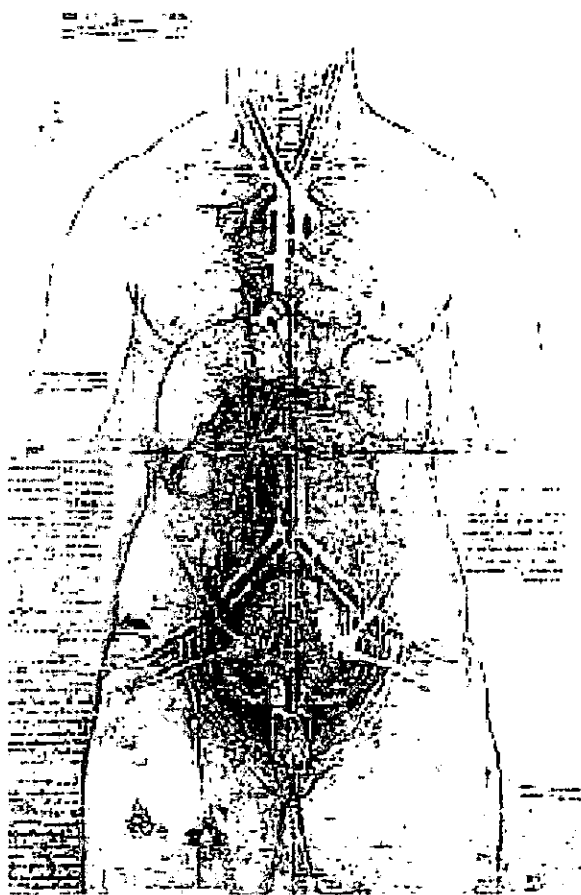
La ilustración que se realizaba en los libros fue uno de los primeros y más importantes medios en que la ilustración empezó a tener un fin específico, comenzó a principios del siglo XV utilizando en un mismo bloque de madera el texto y la imagen la cual avanza considerablemente con el invento del tipo movable y el aguafuerte, el grabado, etc. que para el siglo XVI y XVII ya se estaba extendiendo por toda Europa.

(18) Terence Dalle, "Guía completa de la Ilustración y el Diseño", Técnicas y materiales, Ed. Herman Blumen, Madrid, 1981, pp.10

(19) Ibidem, pp. 10

(20) Ibidem, pp. 10

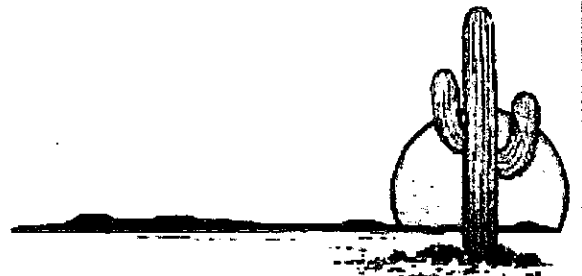




\* Ilustración elaborada por Leonardo Da Vinci titulada:  
\* Estudio de Anatomía \*



\* Ilustración de un estudio de anatomía por Leonardo Da Vinci





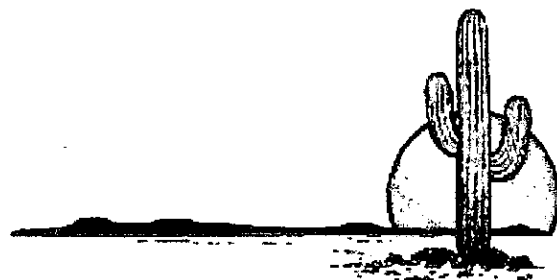
\* Grabado por Alberto Durero, 1515  
"Cristo en el Huerto de los Olivos"



\* Ilustración de Alberto Durero 18.5 x 12.5



\* Grabado por Alberto Durero, 1504  
"San Joaquín en Oración"



El toque recargado de la ilustración del siglo XVII decayó para el siglo XVIII con una ilustración más ligera, por ejemplo: las obras de francés FRANCOIS BOUCHER Y JEAN BAPSTILE OUDRY.

Uno de los hechos más importantes para la ilustración, sucedió en 1796, y fue el invento de la litografía realizado por el alemán ALOIS SENEFELDER, la cual funcionaba a partir de una superficie plana, es decir sin relieves la obra más representativa de esta técnica es "El libro ilustrado a base de litografías llamado Fausto Ilustrado por E. Delacroix en 1828" (21).

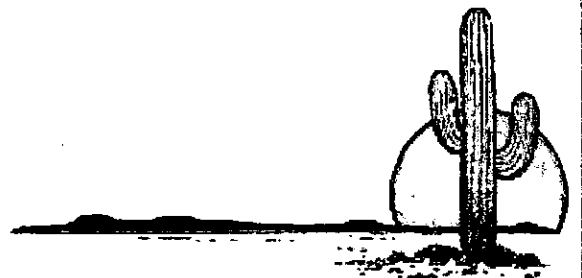


\* Pintura por Francois Boucher.  
Obra: " Les Baigneuses" (1703-1770)



\* Pintura por Jean Bapstille Oudry

(21) Terence Dalley, Op. Cit., pp. 21



**Herramientas**

- Agua destilada
- Plumilla
- Pinceles
- Tiralíneas

**Materiales**

- Tinta en cartucho, frasco y botellas
- Lápices
- Plumones

**Soportes**

- Albanene
- Papel bond
- Papel de algodón
- Papel Revolución
- Cartulinas.

**Aplicación**

El dibujo base se realiza con lápiz de grafito y no con colores, ya que son difíciles de borrar. Si son demasiado duros, se corre el riesgo de dejar marcas en el papel que estropeen la imagen y formar líneas blancas en áreas sólidas de color. Si se desea crear una gama de tonos, debe variarse la presión ejercida sobre el papel o superponer colores a fin de crear una combinación visualmente efectiva. Es importante ir aplicando los colores poco a poco, uniformemente, y teniendo en cuenta que se llega a un punto en que el papel no admite más pigmento.

Se consiguen crear diferentes tonos mediante las técnicas de punteado y trama de rayas empleando uno o más colores y modificando el ángulo de aplicación.

Los lápices de color solubles al agua se utilizan como cualquier otro tipo de lápi-

ces. La diferencia radica en que el pigmento es más suave y puede disolverse con agua.

**Marcas**

- Berol
- Conté
- Derwent
- Faber Castell
- Staedler

**ACRÍLICOS**

Los colores acrílicos tienen una base hecha principalmente de resina similar a la utilizada en los vidrios acrílicos, del cual toman su nombre.

Son pinturas líquidas que emplean en su composición elementos como el Naftol, la Dioxina y la Ftalocianina, los cuales son de origen plástico.

Son utilizados para acabados detallados y se puede aplicar con pincel y aerógrafo. También se puede trabajar con agua para dar un acabado con transparencia, además de que se puede mezclar con otros materiales conocidos como impastos los que ofrecen una textura al trabajo. El acabado de los acrílicos es generalmente brillante y su presentación es en tubos o frascos. Al igual que los lápices de colores esta técnica también ofrece una gran gama de colores.





Hasta estos años, la ilustración se había mantenido en blanco y negro, pero en 1851 se introduce el color con la invención de la cromolitografía (hoy conocido como postales) con fines de reproducción masiva, utilizándose principalmente en libros, lo cual resultaba muy difícil y bastante caro, poco después con la fotografía disminuyó el auge de este tipo de ilustraciones la cual no podía competir con la anterior en cuanto a realismo se refiere, surgiendo aquí una de las principales diferencias de la época.

A finales del siglo XIX los ilustradores que competían con la fotografía en cuanto al realismo, y los ilustradores que preferían ser más libres guiándose por su imaginación utilizando las antiguas técnicas influenciados estos ilustradores por el *ART. NOUVEAU* y el surgimiento del cartel anunciador.

"Después con los adelantos de la Revolución Industrial, se lograron importantes avances en cuanto a la reproducción y a



\* Ilustración a color elaborada por Alois Senefelder, Obra: "Caras Litográficas. La Primera Generación"



\* Ilustración a color elaborada por Alois Senefelder (1771-1834), Obra: "Watercolor, 1803. S.P. Avery Collection. MEZAGB"





\* Ejemplo de Cromolitografía (hoy llamadas postales).  
Obra: "Children Workshop"



\* Ilustración realizada por Arthur Rackman,  
Obra: "Stories from the Brothers Grimms"

(22) Enric Satue, "El diseño gráfico", Ed. Alianza,  
Madrid, 188, pp. 397

los pigmentos introduciendo semitonos que tenían como una de sus mejores técnicas de representación a la acuarela. Los ilustradores que aprovecharon al máximo esta técnica fueron *ARTHUR RACKHAM Y EDMUND DULAC*". (22)





\* Ilustración realizada por Edmund Dulac,  
Obra: "Rubaiyat and Arabian Nights"



\* Ilustración realizada por Edmund Dulac,  
Obra: "Edmund Dulac's Fairy Book and  
Grimm's Fairy Tales"



\* Ilustración realizada por Edmund Dulac,  
Obra: "Simbad the Sailor"



Para la segunda mitad del siglo XIX la ilustración comenzó a tener otros campos de acción más relacionados con la publicidad como revistas, periódicos y el cartel que sin duda adquirió importancia analizarlo con una especial atención, ya que en él la ilustración encontró un importante campo de expresión en los años siguientes en los cuales la ilustración llegó a mucha más gente viéndose influida junto con la pintura de todas las nuevas corrientes que surgían y tendencias que influían en la época permitiendo así que la gente que no asistía a museos, se enterara por medio del cartel ilustrado de lo que sucedía en ese momento en Europa.

En México la trascendencia de la ilustración tuvo origen desde el México antiguo a través de los inicios del grabado como primera etapa de la expresión artística y gráfica de nuestra cultura.

Las primeras manifestaciones del grabado aparece en el llamado periodo Preclásico Medio. En Tlatilco surgen las primeras expresiones artísticas desarrollándose, principalmente, la pintura corporal, junto con el uso de pintaderas y sellos de barro.

El arte del México antiguo es, por esencia, un arte religioso. Para el hombre de dicha época la mayor importancia eran sus dioses y sin ellos no existían o simplemente no significaban nada en la humanidad.

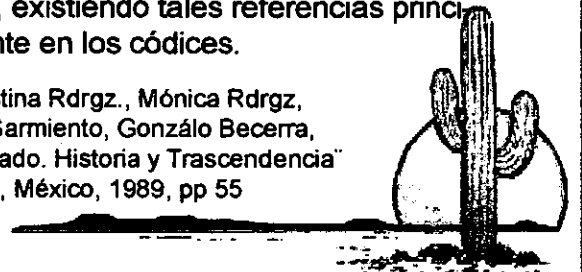
El hombre mesoamericano no creía únicamente en sus dioses sino que los esculpía, pintaba y personificaba en sus ritos. Estos dioses representan los diferentes elementos de la naturaleza y los diversos grupos o actividades humanas. Es por eso que la pintura corporal tenía un significado ritual y en los actos de los habitantes del México antiguo estaba incluido constantemente el elemento religioso.

Las alhajas en todas las representaciones de los dioses eran elaboradas con esmero, formaban parte de su personalidad como una jerarquía social del adorno. Mismo que no era parte principal de la persona. La pintura del rostro y el cuerpo expresaban la peculiaridad en su color y en la manera como se pintaban.

«Un artefacto muy usado para la aplicación de la pintura fue el sello, instrumento hecho comúnmente de barro, en descubrimientos lograron encontrar sellos de cobre, hueso, piedra, oro y plata fundidos y de madera. Al ser aplicados en la piel, reciben el nombre de pintaderas.»(23)

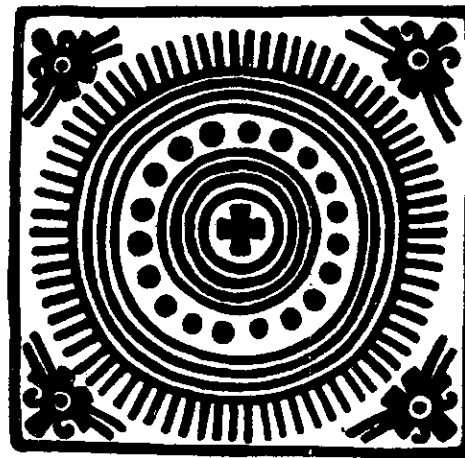
Los sellos se utilizaban para la decoración de cerámica, además se estampaban dibujos en telas y mantas de los indígenas con ricos motivos en las de carácter ceremonial, existiendo tales referencias principalmente en los códices.

(23) Cristina Rdrgz., Mónica Rdrgz., Magalí Sarmiento, Gonzálo Becerra, "El Grabado. Historia y Trascendencia" 1a. edic., México, 1989, pp 55





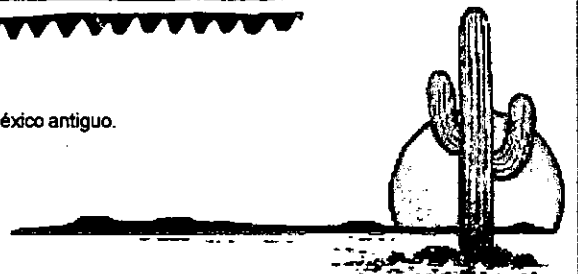
\* En en México Antiguo de la cultura Preclásico Medio en el Valle de México se encontraron expresiones artísticas, principalmente la pintura corporal, junto con el uso de pintaderas y sellos de barro.



\* Un proceso técnico de los sellos y pintaderas para la superficie del barro, formando rayas anchas y de contornos bien definidos. Muestra



\* Cōatl (serpiente), sello cilíndrico. Muestra del arte del México antiguo.



«Para explicar un poco más la forma y aplicación de los sellos, se representaban de dos maneras diferentes por un lado los sellos planos, que consisten en un mango y una base de forma variada, en cuya superficie se haya grabado un motivo cualquiera que sirve para imprimir, y por otro lado, los sellos que consisten en un cilindro hueco o sólido, a manera de rodillo, en cuya superficie se haya grabado el dibujo en relieve que sirve para imprimir.» (24)

Los colores utilizados en las pinturas fueron blanco, rojo y negro, aunque existían otros tonos intermedios y las combinaciones de varios de estos colores.

«Con la llegada del virrey Antonio de Mendoza a la Ciudad de México, y por iniciativa del primer obispo Fray Juan de Zumárraga, se estableció un acuerdo para implantar el arte de la stampa. Los misioneros y frailes entre ellos un personaje de suma importancia fue Fray Pedro de Gante, enseñaban a los indios las artes y oficios. La evangelización dio origen gracias a la extraordinaria habilidad de los indígenas para crear y reproducir estampas religiosas con motivos cristianos.»(25)

Los códices se imprimían en papel de maguey o en otro material realizados por los indígenas.

La llegada de la imprenta fue de suma importancia para los indígenas como un instrumento necesario para reforzar la tarea evangelizadora. Es por ello que los

primeros impresos mexicanos son, en su gran mayoría, doctrinas cristianas, artes o gramáticas, vocabularios y confesionarios en las lenguas de los indios. Cabe mencionar la obra que se imprimió en dicho momento y fue la «Escala Espiritual de San Juan Clímaco», traducida del latín al castellano por Fray Juan de Estrada.»(26)

Gracias al fracaso de los impresos traídos de Europa para la elaboración de las decoraciones de los libros que salían de las prensas recién establecidas en la Nueva España, se incrementó la estampación de imágenes de santos, capitulares, viñetas, y se distribuyeron a precios económicos entre los nuevos fieles.

En la época de la Nueva España, México y Puebla fueron los lugares de mayor producción de grabados, poseían las primeras imprentas del país. En Puebla destacan las letras capitulares, viñetas, imágenes de santos, retratos de personajes importantes de la sociedad novohispana, escudos de armas, papas, portadas de libros, láminas alegóricas sobre España y tesis universitarias.

Al principio del siglo XVIII la imprenta se encontraba ya consolidada y floreciente, tanto en México como en Puebla produciendo sólo publicaciones de tipo religioso.

(24) Ibid. p. 56  
(25) Ibidem, p. 57  
(26) Ibid, p. 58



«Desde 1963, Don Carlos de Sigüenza y Góngora hizo el primer periódico que tuvo la Nueva España "El Mercurio Volante". Se publicaban hojas volantes, de varios pliegos, donde mantenían a la gente informada de la noticias de España y Europa en general, donde se hallaban ilustrados con toscos grabados.» (27)

«La veracidad de estos periódicos lograron que se convirtieran en publicaciones reales y de mayor importancia, llamándolas "gacetas", siendo los primeros periódicos verdaderos ocupando un lugar importante en la Nueva España. El primero que las publicó con mayor regularidad y con noticias nacionales fue Don Juan Ignacio Castorena y Urzúa, en 1722, bajo el nombre de "Gaceta de México".» (28)

No sólo se ejecutó el grabado en madera en la Nueva España, sino que también se hizo grabado en lámina de cobre a finales del siglo XVI.

«Durante el siglo XVII, el grabado Samuel Stradamus impulsó la práctica del grabado en metal. A él se debe la ejecución de algunas portadas de libros y retratos, con claras influencias renacentistas.» (29)

El arte logró alcanzar su libertad en nuestro país sin importar los intereses políticos, históricos y culturales, llamada la época independiente que se resume a la lucha entre sentido filosófico-liberal y tradicional-religioso. A lo largo del siglo XIX, en periódicos, revistas, panfletos y hojas popu-

lares, se produce el arte complejo, innovador, arte que revela la realidad social de esa lucha por la liberación, en las hojas populares obtenidas en "imprentas de mala muerte".

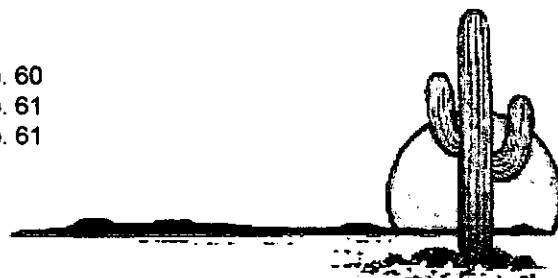


\* La virgen del Rosario, grabado en madera, coloreado a mano de Juan Ortíz, impreso en el taller de Pedro Ocharte.

(27) Ibid., p. 60

(28) Ibid., p. 61

(29) Ibid., p. 61





\*Escudo de armas, grabado en madera anónimo, impreso en Puebla a mediados del siglo XVII.

En el siglo XIX México abre sus puertas a la creación artística, fijando su atención en artistas, extranjeros, que venían a impartir su enseñanza con las ideas estéticas que fueron surgiendo en Europa a fines del siglo XVIII.

Entre la innovación que el siglo XIX aportó al grabado mexicano, son dos las que revolucionan la tradición colonial: el grabado en madera y de pie y la litografía. La litografía, además de lograr la impresión en tono continuo, permitió la difusión en trabajos en periódicos que circulaban por todo el país con gran rapidez. Con la introducción de la litografía en México, que obedecía también a nuevos intereses eco-

nómicos, pues era un medio apropiado de reproducción para toda clase de publicidad, misma que abre las puertas a los artistas.

Los acontecimientos cívicos y la cotidianeidad también fueron ilustrados con la técnica litográfica, haciendo de estos sucesos públicos el tema predilecto, amparado por una burguesía provinciana que llegó a representar una síntesis de lo popular y lo académico.

Con la caída del arte del grabado en México (grabado en láminas de cobre), empiezan a hacerse más frecuentes los grabados en madera. La tradición mexicana de caricatura y estampa popular dio origen a un excelente elemento formativo. El analfabetismo de las mayorías y la persuasión del dibujo hacen de la caricatura la fuerza central del periodismo y los partidos políticos; los periódicos satíricos y de crítica proliferan, acelerando, consecuentemente, la producción del grabado.

«Los estudiantes siguieron copiando a los grandes maestros, sobre todo a Murillo, Las clases se reiniciaron en 1847, y fue en ese mismo año cuando llegó Santiago Baggally reincorporando el grabado en la Academia.» (30)

(30) Ibid., p. 73







\* El sereno, litografía de Claudio Linati, de la serie "Tipos mexicanos", editado en 1826.



\* Tortilleras, litografía de la serie "Trajes civiles, militares y religiosos de México", realizada por Claudio Linati en 1828.

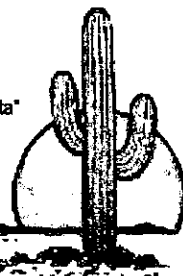
«Es en este mismo año, cuando aparece el periódico local satírico (en Yucatán), "Don Bullebulle", y en donde surge Gabriel Vicente Gahona "Picheta", como grabador extraordinario por sus ilustraciones en el periódico.» (31)

Junto al grabado académico del siglo XIX o al popular y tradicional de sentido religioso, la obra de Picheta es revolucionaria y novedosa. Es el único grabador de su época cuya obra tiene sentido histórico y significado político.



\* Portada para el periódico satírico yucateco, Don Bullebulle, grabado por Gabriel Vicente Gahona "Picheta" en 1847.

(31) Ibidem., pp. 73





\* La nariz de Picheta, grabado de Picheta publicado en el periódico Don Bullebulle.

«La publicación de periódicos importantes de la primera mitad del siglo XIX, influyó para que fuese empleada la madera en la ilustración, "para estar a la moda". Los artistas recurrieron al periódico con lo que aseguraron una amplia divulgación de sus trabajos. Las revistas en que colaboraron fueron "La Orquesta, La Patria, El Jicote, El Ahuizote".» (32)

El romanticismo, corriente que predominó hacia mediados del siglo XIX en la literatura y en las artes plásticas, se adueñó también de México. Las poesías románticas, que tuvieron un numeroso e interesado público, inspiraron a grabadores para crear ilustraciones concebidas desde la misma actitud artística.



\* Litografía de Santiago Hernández en donde caricaturiza a Juárez, aparecida en el periódico La Orquesta, 1861.

La ilustración abrió su campo artístico a través de los años, mismo que originó nuevas vanguardias y corrientes artísticas para poder así expresar del arte una imagen con calidad, rapidez y sobretodo innovación aplicada a cualquier tema, cultura, política, religión, etc.

(32) Ibid., pp. 74



### 2.3 Géneros de la Ilustración.

*Es importante saber que tan amplias son las posibilidades de la ilustración misma que se divide en géneros, los ilustradores llevarán a cabo sus ideas y sus aplicaciones dependiendo del tema a desarrollar mismas que se apoyarán en base a sus diferentes técnicas, materiales y herramientas que más adelante serán mencionadas.*

#### LA ILUSTRACION EDITORIAL.

A partir de la aparición de métodos fotomecánicos de reproducción, la ilustración recibió un impulso mayor con la aparición de revistas. Y por lo tanto compiten la ilustración y la fotografía pues ambos métodos se adecuaban a las necesidades de las publicaciones de una sociedad de consumo modernista.

"La ilustración editorial consiste básicamente en ilustrar textos de libros, dípticos, trípticos y polípticos; boletines, portadas de libros, revistas, periódicos y discos. Los temas que se manejan aquí son muy variados, y pueden ser en varios colores o bien monocromáticos". (33)

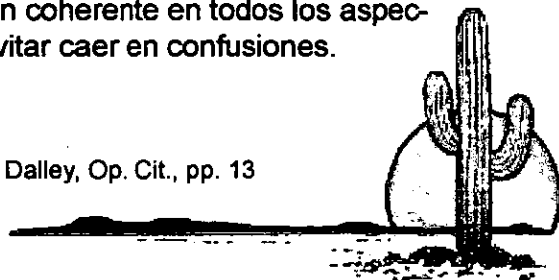
La ilustración editorial constituye un trabajo arduo, ya que lleva todo un proceso, en el cual se ve involucradas varias partes, es decir, desde el director de arte hasta el editor, el escritor y por su puesto el ilustrador. Este último debe interpretar cabalmente la información que le fue transmitida para posteriormente realizar la ilustración y finalmente plasmarla en papel.

Dentro de la ilustración editorial las revistas conforman uno de los campos de ocupación mayor para ilustradores. Las revistas abarcan cualquier tema desde retratos, hasta decorar recetas de cocina, por ejemplo. Los ilustradores en esta división deben ser muy rápidos al elaborar ilustraciones para revistas semanales ya que no disponen de mucho tiempo, pero también las hay mensuales donde el trabajo puede ser más descansado y a la vez más elaborado para después ser publicados.

Los periódicos emplean las tiras de historietas, ilustraciones decorativas, temas como viajes, comidas, etc. Las mejores ilustraciones se archivan y se usan cuando se requieran, mientras que las rechazadas son devueltas al ilustrador. Una de las características de las publicaciones periódicas es que duran muy poco en cuestión de vida, pues el periódico pasa muy rápido por las manos del lector y aunque las revistas tienen un periodo más largo de duración, también caducan pronto.

En los libros la ilustración, editorial también contribuye enormemente, como en el caso de las portadas y contraportadas, donde la ilustración debe ser capaz de remitir al tema del libro e ir integrada con el estilo del texto del título y el autor, dándole una imagen coherente en todos los aspectos para evitar caer en confusiones.

(33) Terence Dalley, Op. Cit., pp. 13



Las *portadas y contraportadas* requieren por lo general de mucha dedicación para su elaboración y en ocasiones hasta de un año antes de la publicación del libro.

El *interior de los libros* también es un trabajo muy laborioso, ya que para poderlo ilustrar es necesario leer por completo y minuciosamente cada párrafo del original.

Cabe mencionar que en ocasiones los editores sugieren las imágenes que deben acompañar al texto.

#### LA ILUSTRACION INFORMATIVA.

La ilustración informativa se refiere principalmente a estadísticas, gráficas, señales y diagramas apoyados y justificados por símbolos semejantes a los dibujos de las historietas. Cuando la información es transmitida visualmente es más fácil asimilarla. A la ilustración informativa pertenecen la ilustración técnica, que abarca temas como por ejemplo, representación de objetos como barcos, edificios, fachadas, etc.; la ilustración botánica como plantas, árboles y flores, y del reino animal; y la ilustración médica.

"Dentro de la *ilustración técnica*, se representa a la información tridimensional en un medio plano o bidimensional. Estas ilustraciones apoyan a textos de una forma literal, pero donde los ilustradores tienen que saber igualar el detalle con la legibilidad y la utilidad, además poder representar cualquier material y objeto común, en un dibujo correctamente proyec-

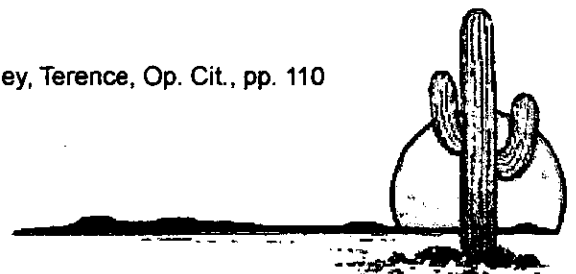
tado, método que requiere de una gran experiencia. Un ejemplo puede ser la vista del corte de un motor de vehículo con todas sus partes.

La *ilustración arquitectónica* requiere de un amplio conocimiento especializado. Estas ilustraciones se desarrollan por lo general a partir de planos o croquis hechos por arquitectos. Se pueden llegar a representar construcciones de ciudades, casas, edificios, etc., tan detallados que incluyen paisajes y personas, además de que tienen un manejo de la perspectiva, muy acertado y estudiado.

En la *ilustración de mapas y diagramas* constituyen una área donde los ilustradores a los que se les solicita este tipo de trabajo, deben tener conocimientos sobre cartografía. Sus principales tareas consisten en realizar proyectos o vistas estadísticas de la tierra en los países donde la producción cambia en diversos puntos de su estructura, o mapas de áreas que delimitan regiones donde se desarrolla alguna actividad predominante".(34)

"La *ilustración médica* es otra área especializada donde los ilustradores requieren de haber cursado años de estudios en un posgrado. El ilustrador médico debe tener sobre todo un conocimiento científico

(34) Dalley, Terence, Op. Cit., pp. 110



para poder interpretar junto con su imaginación, representaciones de esta subdivisión, por ejemplo, puede ser crecimiento de un folículo piloso en la piel, e incluso procesos fisiológicos, conceptos o teorías, que no tienen una forma que podamos ver realmente, como la estructura química del ADN y su relación genética.

En el área de **botánica e historia natural**, la ilustración es principalmente empleada en enciclopedias, libros de texto, en publicaciones científicas, revistas, fascículos populares de historia natural, carteles, gráficas informativas en ilustraciones para la televisión, en trabajos museográficos, en animaciones e incluso para envases o empaques. El ilustrador debe ser además de un excelente observador y detallista, comprender aspectos reales de diseño y tipografía, ya que, generalmente estas ilustraciones son complementadas con anotaciones o leyendas que refuerzan el tema".(35)

#### ILUSTRACION PUBLICITARIA.

La ilustración publicitaria tiene como objetivo principal promocionar o vender algo. Las ilustraciones en esta área tienen que ser rápidas de entender y de apreciar, con un gran impacto visual para llamar la atención en el producto, anunciando su existencia y resaltando sus cualidades. El ilustrador debe enfocarse en una planeación muy considerable sobre el producto que se promocionará, incluyendo desde luego, el enfoque psicológico, para que los objetivos mencionados puedan

desencadenar un mayor número de consumidores.

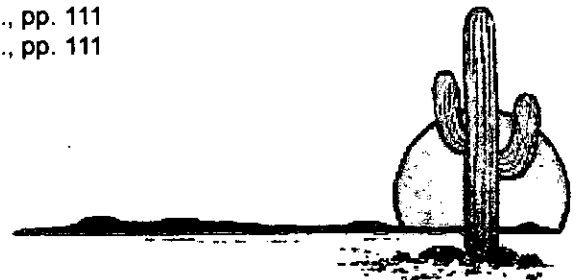
A este género pertenecen la ilustración para envase y embalaje, la ilustración de Modas, las memorias y folleto de empresas, la ilustración para la industria discográfica, para cartel, la ilustración para artículos promocionales y por último los calendarios.

"En el **envase y embalaje** la ilustración funciona para diferenciar un producto de otros que están en constante competencia. Cualquier producto común puede convertirse en algo atractivo y moderno para los consumidores, con un estilo apropiado y moderno.

En la **moda**, o mejor dicho, en el Diseño de Modas, se puede utilizar la ilustración para representar prendas o accesorios con fines publicitarios, el ilustrador transmite lo que el diseñador de modas quiere dar a conocer en sus creaciones, siempre y cuando tenga el estilo que busca. El ilustrador es capaz de dibujar vestidos, crear toda la identidad de los promocionales como bolsas de compras, hasta pintar la escenografía de un salón de desfiles para las pasarelas, por mencionar algunos ejemplos".(36)

(35) Ibidem., pp. 111

(36) Ibidem., pp. 111



Vas a gritar,  
sufrir y hasta  
llorar  
y encima de todo...  
¡lo vas a disfrutar!

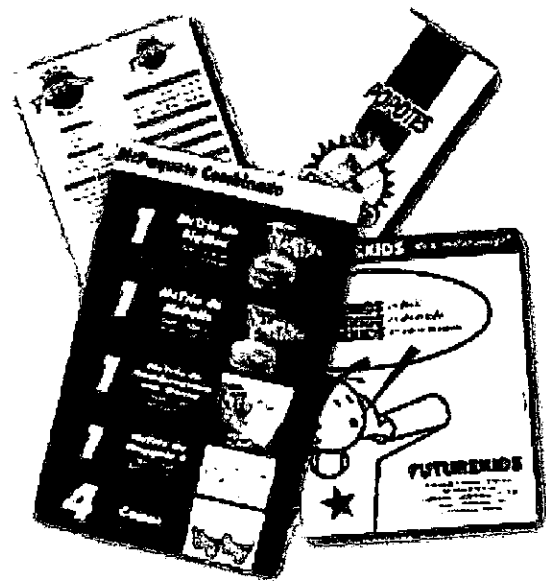
Para un grupo grande un precio

¡Solo \$99!

¡Reino Aventura!

Edad	Tarifa Niños	Tarifa Adultos
4 - 12	\$12.00	\$18.00
13 - 17	\$15.00	\$22.00
18 - 24	\$18.00	\$25.00
25 - 34	\$20.00	\$28.00
35 - 44	\$22.00	\$30.00
45 - 54	\$24.00	\$32.00
55 - 64	\$26.00	\$34.00
65 - 74	\$28.00	\$36.00
75 - 84	\$30.00	\$38.00
85 - 94	\$32.00	\$40.00
95 - 99	\$34.00	\$42.00

\* Ilustración editorial



\* Ilustración publicitaria



\* Ilustración para envase y embalaje



En las **memorias y folletos de empresas** la ilustración se usa, por ejemplo, para poder explicar las operaciones de una empresa, dando una visión general de su constitución presentando la información atractivamente, fácil de leer, crando un mensaje impresionante y bien estructurado. Por medio de esta ilustración se puede representar algún estilo haciéndolo poderoso e incluso con un poco de humor.

En los folletos la principal función es vender algo a los consumidores, pero como la gente sólo compra lo que ve realmente, la fotografía ha sido el elemento principal en estos casos. Aun así la ilustración en folletos cumple una función generalmente decorativa, se usa como señales de atención para conducir al lector hacia algún punto de la información que se pretende destacar.

En la **ilustración discográfica** como es conocido, los formatos de los contenedores o empaques varían en tamaños distintos, por lo que se pueden llegar a realizar varias versiones de ilustraciones que se ajusten a estos, o una sola que se pueda utilizar convenientemente para ambos. Los estilos de ilustración en este campo son tan variados que pueden ser desde ilustraciones abstractas, collages, hasta ilustraciones experimentales. Lo más importante en este campo de la ilustración es que el estilo, tanto de la música como el del arte final o ilustración para la portada e interiores, cual fuese el caso, se identifiquen o correspondan mutuamente. Esto se logra sólo si el

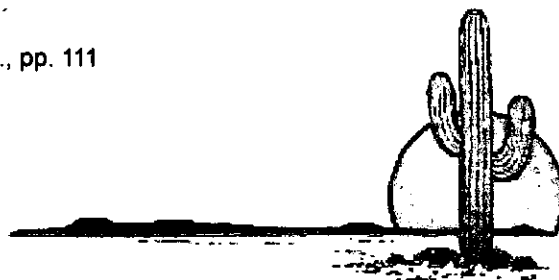
ilustrador es capaz de captar o asimilarla verdadera intensidad del estilo musical, al que realiza el trabajo. En ocasiones sólo basta con que el ilustrador escuche algún fragmento de la canción o melodía.

Dentro del **cartel** los principales objetivos son: vender un producto, atraer e inducir o sencillamente informar. Son los principales medios de difusión impresos en casi todas partes del mundo, además de ser un medio de expresión del arte.

La ilustración para **artículos promocionales**, a partir desde su creación hasta hoy en día, ha ido teniendo mayor impacto debido a la necesidad de las compañías para diferenciar sus productos o servicios de los demás. Estos se encuentran en una gran cantidad de artículos de muchas formas y tamaños.

Por otro lado los **calendarios** están dirigidos a un público específico, ya que contienen un tema bien definido, por ejemplo, existen calendarios ilustrados de firmas de artes gráficas, que sirven para hacer publicidad conjunta de un grupo de diseño. El diseño de las ilustraciones de estos calendarios comúnmente es muy libre, dejando al ilustrador interpretar su estilo propio".(37)

(37) Ibidem., pp. 111



## ANIMACION.

En la animación la ilustración es el punto donde parte una idea o el tema para realizar una película, video o multimedia. Aunque no toda la animación es dibujada, ya que existen otros campos donde se animan objetos o se confeccionan modelos. Donde sí se incluye la ilustración los ilustradores se dividen en: ilustradores que también son animadores y que desarrollan únicamente imágenes móviles; y los ilustradores que trabajan para la impresión. Dentro de la animación los fondos (paisajes) o escenarios son realizados por ilustradores donde en ocasiones sólo su función es ambientar la animación sin desarrollo de movimiento.

## CINE Y VIDEO.

Dentro de estos géneros, la ilustración participa generalmente en la animación, siendo este un proceso largo y muy costoso obligando al trabajo sincronizado y en equipo de el ilustrador con el animador. Una vez terminados los dibujos básicos por el ilustrador, se pasan al animador que comienza con su trabajo de sincronización, montaje, encuadres, sonido, etc.

El ilustrador es también utilizado dentro de estos medios como encargado en las viñetas de los storyboards los cuales se encargan de vender la idea al cliente.

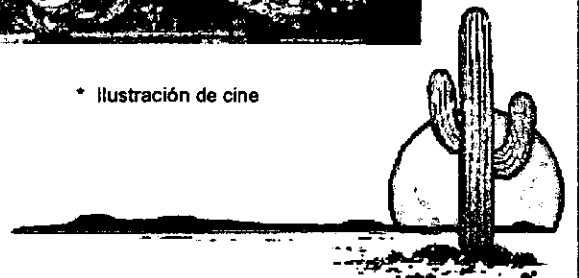
No hay que descartar la variedad de ilustraciones que existen en el campo animado como lo ha mantenido y representado Disneylandia, mismas que se han manteni-

do en el campo de la caricatura junto con la ilustración como las más increíbles representaciones en dibujos animados mismas agradan a todo tipo de público.

Reiterando la gran versatilidad de la ilustración dentro de diferentes áreas de representación gráfica, reconociendo el amplio campo del ilustrador dentro de la producción de imágenes que avanzan junto con otras más técnicas a la par de los adelantos de la vida moderna.



\* Ilustración de cine







\* Ilustración de video



\* Ilustración de animación



## 2.4 Técnicas.

En este punto, se destacará la importancia de la ilustración como tal, y en comparación con otras técnicas, así como sus diferentes clases en relación al mensaje y al texto mencionando las técnicas de representación más usuales junto con la aplicación de la ilustración dentro del campo profesional. Más adelante se mencionarán sus materiales y herramientas.

"La importancia de la ilustración, radica en las posibilidades creativas que pueden ser ilimitadas". (38)

El ilustrador o diseñador puede crear tantas imágenes o atmósferas como su imaginación se lo permita, dependiendo de las características de la idea que pretende transmitir, por ejemplo: una ilustración nos permite tener retratos de personas importantes ubicándolas en lugares inesperados, creando atmósferas ideales de algún lugar del mundo controlando el tiempo y los elementos, trasladándose al paso para después viajar al futuro a través del dibujo. Ilustrar en forma estilizada o en una mas sofisticada teniendo siempre como último fin la claridad del mensaje que se desea transmitir.

Por otro lado, la ilustración es recomendable cuando la impresión dentro de nuestro diseño es muy importante, principalmente cuando se busca contraste o una excelente definición con líneas.

Desde el punto de vista económico, la ilustración da la posibilidad de trabajar bajo cualquier tipo de presupuesto, sin perder la calidad de impacto visual.

Por toda esta gran gama de posibilidades con la ilustración, podemos dar un producto o mensaje una imagen poderosa y reconocible para todo tipo de posibilidades, e imaginaciones, que responda a las necesidades de el cliente.

Como se menciona al principio del capítulo, la ilustración es la capacidad de crear o captar imágenes con el fin de comunicar algún mensaje, los cuales son resultados de un proceso mental realizado por el ilustrador, que antes de iniciar cualquier proyecto debe especificar con su cliente cual es el tipo de ilustración que requiere para transmitir su mensaje de la mejor manera posible.

La ilustración se divide en tres clases diferentes con relación al texto.

(38) Coyler Martín, "Cómo encargar ilustraciones", Ed. G. Gilli, 1994, España, pp. 26



a) La primera clase de ilustración se caracteriza por no tener ningún tipo de apoyo textual, como títulos o slogans, teniendo el peso total del mensaje la imagen únicamente para expresar la idea deseada, este tipo de ilustración generalmente se encuentra en revistas y portadas de libros.

b) La segunda clase de ilustración es la que es acompañada de un título o slogan, apoyándolo encontrando un equilibrio completo con la imagen, su forma de expresión es principalmente en carteles, propaganda, revistas, etc.

c) Y por último, la tercera clase de ilustración, es la que contiene una imagen incompleta a propósito para lograr la curiosidad en el lector, llevándolo a buscar el resto de la información en el texto que se encuentra junto con la imagen; esta es la más cuidadosa de las tres anteriores, ya que puede fracasar si no se tiene cuidado en la representación de la imagen, ya que debe mantener el suspenso o la incógnita suficiente sin contar el desenlace de la idea que se pretende transmitir.

Una vez que se especificó cual es el tipo de ilustración que se desea es importante mencionar todas las técnicas existentes en la ilustración.

### ***Plumilla y tinta.***

Es un estilo tradicional y se utiliza la mayoría de las veces para representar el

alto contraste, su calidad debe ser crucial para lograr explotar este medio al máximo.

### ***Lápiz y carbonillos.***

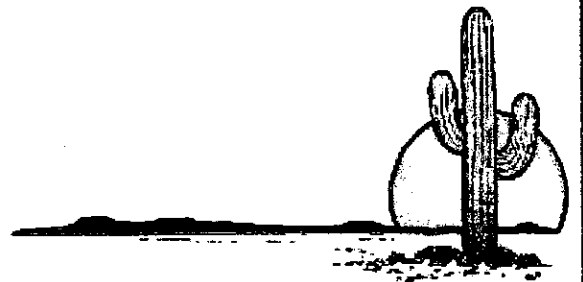
Estas técnicas son muy versátiles, ya que cuentan con una gran gama de medios tonos, los ilustradores que los usan generalmente son clásicos, ya que provienen de escuelas de Bellas Artes, de dibujo al natural.

### ***Lápiz de color.***

También al igual que el lápiz y el carbonillo, es un elemento muy versátil, logrando tonalidades muy intensas sin perder el sentido clásico del dibujo.

### ***Pastel.***

Es una técnica de muchos contrastes y grandes formatos, con ella se pueden obtener colores intensos y puros, al mismo tiempo que tenues, el problema del pastel es que no sirve para pequeños detalles.



### ***El Gouche.***

Es una técnica muy dócil, que permite cubrir grandes áreas de color de tintas planas con limpieza y facilidad, para la reproducción esta técnica es muy utilizada por los diseñadores gracias a lo antes mencionado.

### ***Acrílico.***

Esta técnica comparte la versatilidad de otras, pero gracias a otras características como el secado rápido y la posibilidad de utilizarse casi como acuarela translúcida o como una plasta espesa.

### ***Oleo.***

Utilizada desde el siglo XIII por la mayoría de los pintores. Esta técnica es por tradición una técnica muy popular, que aunque tarde mucho en secar esto le da la posibilidad de mezclar por un largo tiempo.

### ***Acuarela.***

La acuarela aunque tiende a ser utilizada muy tradicionalmente, su claridad en los colores de un aspecto muy ligero y nada tosco, se caracteriza por su gran transparencia. Pudiéndose utilizar también con colores intensos, dando buenos resultados.

### ***Aerografía.***

Esta técnica se caracteriza por el minucioso detalle que se puede lograr, pero

también necesita una gran habilidad y dominio en el aerógrafo para conseguir resultados realmente sorprendentes de gran realismo.

### ***Xilografía.***

Aunque ya casi se ha convertido en una técnica puramente artesanal resaltando su delicadeza y pureza en el resultado final, en el proceso es demasiado largo para proyectos cortos en cuanto al tiempo.

Esta técnica es similar al grabado que se menciona después de éste punto; sólo que la placa es de madera y es trabajada con gubias o buriles (cuchillas), dejando en alto relieve las áreas que se desean imprimir. En el grabado es de la misma forma, la placa es entintada y el papel colocado sobre ésta, así es reproducida la imagen.

### ***Grabado.***

Consiste en grabar sobre una superficie plana el motivo que se desea imprimir, una de estas superficies es el linóleo el cual es más sencillo de manejar porque se puede hacer el relieve en cualquier dirección, los errores son más fáciles de borrar porque simplemente hay que raspar la superficie



con una cuchilla. Lo recomendable en esta técnica es usar un linóleo de grosor mínimo de 6.5 m.m. lo cual permite que no se doble. Una vez obtenida la placa de linóleo se entinta con otras técnicas y se coloca sobre el papel obteniendo la impresión.

### ***Huecograbado.***

En esta técnica se graba la superficie de una plancha metálica por medio de una punta de metal o por la acción de ciertos ácidos. El *grabado en línea* es el que se realiza por medio de un buril o punta metálica la cual es entintada posteriormente y reproducida sobre el papel. El *aguafuerte* en cambio consiste en grabar la superficie usando ácidos. La cubre con algún barniz resistente al ácido. Después la plancha es cubierta con una pasta a base de alquitrán, resina y cera de abeja. Se graban las líneas con algún instrumento de punta fina metálica haciendo huecos sobre metal finalmente se coloca en un contenedor con ácido, el que se encarga de corroer el metal y grabar la imagen. El grabado en punta seca es por medio de la presión de un instrumento de punta ya sea de metal o diamante, se hacen surcos sobre la placa, los cuales no son extraídos, dejando así canales que forman las líneas que serán impresas. Las placas que se utilizan en esta técnica son de zinc, aluminio o cobre, esta última es la más recomendable.

### ***Litografía.***

Es una técnica de impresión similar a las

anteriores solo que no se utiliza una placa, sino, una piedra preparada para imprimir.

Es necesario limar primero la piedra, dibujando después con algún lápiz graso con el fin de absorber la tinta, es recomendable que los trazos guía se hagan con barras conte rojas ya que estas no salen en la impresión. Se usa un ácido para fijar químicamente las zonas trazadas, una vez hecho esto la superficie se cubre con otro tipo de ácido como el ácido nítrico, el que corre a la superficie sin alterar las líneas trazadas. Se lava la piedra y aún húmeda se entinta y con ayuda de una prensa se imprime el papel al hacer presión sobre la piedra.

### ***Serigrafía.***

Consiste en imprimir sobre una superficie plana o cilíndrica, por medio de una malla de tela, nylon o poliéster, montada sobre un marco de madera o aluminio llamada bastidor.

### ***Temple.***

Esta es una técnica de ilustración usada más comúnmente por artistas plásticos. Es una técnica usada desde la Edad Media por pintores, su preparación esta basada en el empleo de yema de huevo como aglutinante del pigmento.



### **Tizas.**

Las tizas son barras de color comprimido en colores rojos, blancos o negros, a diferencia de los carboncillos su compresión principal son las arcillas. Las arcillas son utilizadas desde el período paleolítico y su origen era el yacimiento de arcilla.

Actualmente las conocemos como sanguinas de color rojizo y las barras de sepia de color café. Los soportes para esta técnica suelen ser los papeles de grano medio o grueso.

### **Plumones.**

Los plumones son lápices hechos con una base de fieltro o fibra, los que usan alcohol o agua en su composición. Se usan principalmente para dar acabados lustrosos o metálicos.

Las desventajas de estos es que una vez aplicado el color ya no se puede borrar, y se sobreponen varias capas esta se oscurecen gradualmente. Al igual que los lápices de colores también ofrecen una gran variedad de colores. Sus soportes pueden ser papeles o cartulinas de diversos tipos, de preferencia lisos y que no desprendan mucha fibra al humedecerlos.

### **Collage y recorte.**

Son unas técnicas que se relacionan mucho con el arte, se caracterizan por ser muy accesibles y muestran gran dinamismo logrando efectos gráficos impresionantes.

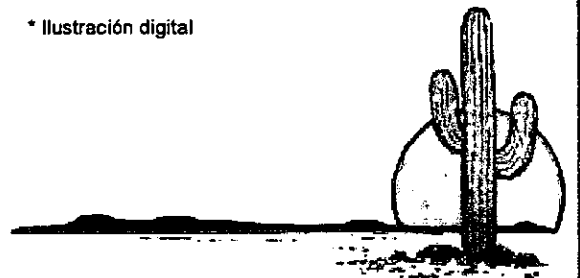
### **Computadoras.**

Esta técnica ha logrado aportar imágenes futuristas de gran calidad, además el avance de nuevos programas y herramientas contribuyen cada vez más al avance y perfeccionamiento de esta técnica siendo una herramienta más de dibujo y diseño.

Las técnicas antes mencionadas, son un ejemplo de la gran cantidad de posibilidades con las que cuenta el ilustrador para llevar a cabo sus ideas. A continuación se mencionarán las diferentes herramientas y materiales de cada técnica antes mencionadas,



\* Ilustración digital



## 2.5. Materiales y Herramientas.

El ilustrador en su afán de lograr una calidad que corresponda a los requerimientos de su trabajo, selecciona una técnica específica. Esta disposición, por ende, determina los materiales que se utilizarán, así como también los soportes. Entre algunas de estas técnicas se encuentran:

### **GRABADO**

#### Definición

Consiste en grabar sobre una superficie plana el motivo que se desea imprimir, una de estas superficies es el linóleo el cual es más sencillo de manejar porque se puede hacer el relieve en cualquier dirección, los errores son más fáciles de borrar porque simplemente hay que raspar la superficie con una cuchilla.

#### Consejos

Lo recomendable en esta técnica es usar un linóleo de grosor mínimo de 6.5 mm, lo cual permite que no se doble. Una vez obtenida la placa de linóleo se entinta con otras técnicas y se coloca sobre el papel obteniendo la impresión.

#### Herramientas

- Cuchilla

#### Materiales

- tintas  
- Linóleo de grosor min. 6.5 mm.

#### Soportes

- papel revolución, bond, etc.

#### Aplicación

Una vez obtenida la placa de linóleo se entinta con otras técnicas y se coloca sobre el papel obteniendo la impresión.

### **XILOGRAFÍA**

#### Definición

La placa que utiliza ésta técnica es de madera, dejando en alto relieve las áreas que se deseen imprimir. De igual forma que en el grabado, la placa es entintada y el papel colocado sobre ésta así es reproducida la imagen.

#### Herramientas

- Cuchillas

#### Materiales

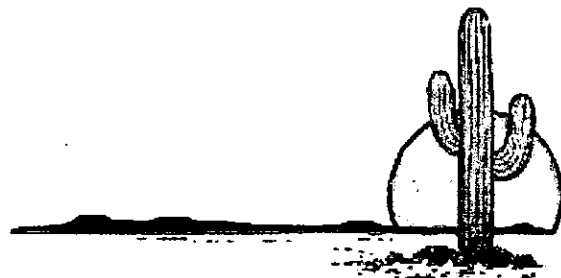
- Placa de madera  
- Gubias o buriles

#### Soportes

- Papel

#### Aplicación

Una vez obtenida la placa de madera, se entinta y se coloca sobre el papel para obtener la impresión.



## HUECOGRABADO

### Definición

En esta técnica se graba la superficie de una placa metálica por medio de una punta de metal o por la acción de ciertos ácidos. El grabado en línea es el que se realiza por medio de un buril o punta metálica la cual es entintada posteriormente y reproducida sobre el papel.

El aguafuerte, en cambio, consiste en grabar la superficie usando ácidos. La plancha es desengrasada con alguna sustancia como el blanco de España y se cubre con algún barniz resistente al ácido. Después la plancha es cubierta con una pasta a base de alquitrán, resina y cera de abeja. Se graban las líneas con algún instrumento de punta fina metálica haciendo huecos sobre el metal, finalmente se coloca en un contenedor con ácido, siendo éste el que se encarga de corroer el metal y grabar la imagen.

El grabado en punta seca es por medio de la presión de un instrumento de punta ya sea de metal o diamante, se hacen surcos sobre la placa, los cuales no son extraídos, dejando así canales que forman las líneas que serán impresas. Las placas que se utilizan en esta técnica son de zinc, aluminio o cobre, ésta última es la más recomendable.

### Herramientas

- Buril
- Punta Seca

### Materiales

- Aguafuerte
- Barniz o aditivos
- Aguatinta
- resina (polvo)
- Tintas (grasas y líquidas)
- Pigmento: original, animal, vegetal, minera y sintética.

### Soportes

- papel

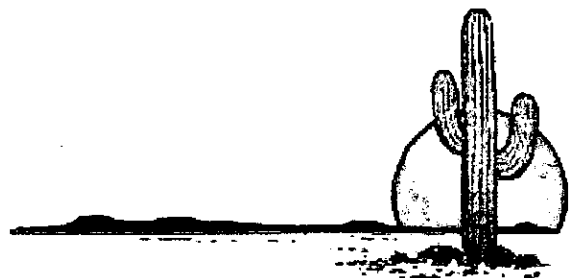
### Aplicación

Se trabaja por profundidad, impide que la tinta se caiga antes de que llegue al papel.

Los tirajes son muy largos (trabajo en hueco), ejemplos: periódicos, libros de color, etc.

Existen tres máquinas para el huecograbado: rotativa; plancha (similar al offset), pliego y rotativa por bobina.

Sus acabados son mate, semimate, brillante, semibrillante, ahulado, realzado e inflable y su secado es instantáneo, rápido, lento rápido con horno y secado de luz infraroja.





## **SERIGRAFÍA**

### Definición

Aunque los chinos y japoneses trabajan desde hace siglos con un procedimiento similar, las primeras formas de serigrafía como se conocen hoy aparecieron en el año 1907.

Consiste en imprimir sobre una superficie plana o cilíndrica, por medio de una malla de tela, nylon o poliéster, montada ésta sobre un marco de madera o aluminio llamado bastidor.

### Herramientas

- Bastidor
- Rasero

### Materiales

- Tintas
- Bloqueador
- Aguarrás

### Soportes

Los soportes recomendables para la serigrafía van desde papel, cartón hasta vidrio, madera, plástico, mezclilla, algodón, metal y acrílico entre otros, lo cual indica que es una técnica que permite la impresión en superficies planas y cilíndricas.

### Aplicación

La placa de serigrafía se hace sobre una malla con una emulsión que puede ser bloqueador de agua o con sustancias resistentes a ésta como el proceso de foto emulsión o las películas de tinner o cromaline. La

mayoría de los casos la placa es realizada por foto emulsión, consiste en fijar encima el dibujo original pero en forma de positivo colocándolo de manera invertida al sentido en el que se lee sobre la malla previamente emulsionada, se expone a la luz intensa durante algunos minutos, lo cual hace que las áreas afectadas se endurezcan y las protegidas por el positivo permanezcan blandas. Se introduce la malla al agua bajo presión eliminando de este modo las partes blandas formando así los huecos o canales con la imagen que se desea imprimir, una vez montada la malla sobre una base firme se registra, se pone tinta en la malla y con la ayuda de un rasero se jala la tinta obteniendo así la impresión.

## **TEMPLE**

### Definición

Era usada desde la Edad Media por pintores. Fue usada para ilustrar los llamados "Libros de horas", -libros ilustrados por monjes de esta época. Su preparación esta basada en el empleo de yema de huevo como aglutinante del pigmento.

Esta es una técnica de ilustración usada más comúnmente por artistas plásticos. Las superficies más comunes son la madera (masonita, aglomerado o cualquiera de tipo



laminado) también se pueden aplicar en lienzos. Una ventaja de esta técnica es que una vez seca la pintura no se puede quitar, pero también es desventajoso en caso de cometer errores.

### Herramientas

- Brocha
- laminas o madera

### Materiales

-Se maneja en tubos, soluble en agua, disponible como color al temple HKS en 80 tonos, no resistente al agua.

### Soportes

- Indicolor
- Papel HKS
- Lámina de dibujo transparente y mateada

### Aplicación

Se aplica preparando la base por medio de una solución de gelatina en hojas sumergidas en medio litro de agua caliente y se aplica con una brocha por ambos lados de la superficie.

## **OLEO**

### Definición

El óleo tiene en su composición una base generalmente de aceite de linaza.

### Herramientas

Los pinceles son importantes en ésta técnica, algunos son de pelo de marta, camello, cerda o turón. Los cinco tipos principales de pinceles son: cuadrado, redondo, Filbert

(cónico), plano y biselado.

Pinceles cuadrados. Usados para aplicar grandes cantidades de pintura.

Pinceles redondos. Usados para detalles.

Pinceles Filbert o cónicos. Para dibujar trazos o líneas.

Pinceles planos. Semejantes a los cuadrados pero más largos.

Pinceles biselados. Usados para líneas y bordes rectos.

Otros pinceles son los de abanico, estos pinceles tienen esta forma y se usan para dar efecto de follaje y hojas de árboles.

Las espátulas, las cuales tienen forma de cuchillo se usan para dar efectos de pinceladas rápidas, troncos de árboles, rocas, etc., se busca más el efecto de la textura particular con esta herramienta.

### Soportes

Entre los soportes más comunes son el lienzo, madera, el cartón, el aglomerado, la masonita y los muros.



### Aplicación

La pintura al óleo se hace mezclando un pigmento con aceites y otros componentes como el óxido de zinc y el carbonato de calcio y es aplicado sobre un lienzo o muro previamente preparado.

### Marcas

- Grumbacher
- Winsor&Newton

## **CARBONCILLO**

### Definición

Los primeros ejemplos de esta técnica se encuentran en las cuevas del periodo paleolítico que se dio en Francia y España por medio del arte rupestre en la cual se usaba para delinear las formas representadas.

Es una técnica que utiliza el carbón vegetal. Esta técnica es posiblemente el antecedente de otras que utilizan pigmentos secos y comprimidos, mezclados con algún componente graso o semigraso, como los lápices de grafito, tizas, crayones, pasteles y las sanguinas entre otras.

El carboncillo se extrae de árboles como el Sauce y la Vid. También existe el carbón comprimido hecho a partir del carbón pulverizado, comprimido bajo presión y endurecido con aglutinante.

### Usos del Carboncillo

Suele emplearse para la elaboración de bocetos. No obstante, como técnica de

ilustración es también empleada. No es frecuente realizar dibujos exclusivamente con carboncillo porque es un medio difícil de fijar. Sin embargo, resulta adecuado para ejecutar ideas, además de poder combinarse con otros medios como el óleo o los pasteles.

### Herramientas

Los lápices de carboncillo se clasifican según su dureza:

6B o No. 3. Extra blando

4B o No. 2. Blando

2B o No. 1. Medio

HB o O. Duro

- Fijador
- Difumino
- Goma maleable

### Materiales

- papel
- carboncillo (diferentes colores)
- gis blanco

### Soportes

- Papeles finos y rugosos

### Aplicación

El carboncillo se utiliza para realizar trazos grandes y sueltos, medios tonos y líneas intensas, así como tonos negros. Los métodos de aplicación son diversos. Se trazan líneas tomando la barrita de distintas for-



mas con relación al papel y cambiando la presión ejercida sobre el papel. Se pueden crear efectos sutiles en los tonos aprovechando el grano del papel. El sombreado se efectúa con los dedos o con un difumino de papel, que es tan práctico como la mano pero resulta menos sucio. Los efectos de luz se crean al final borrando las zonas apropiadas con una goma maleable.

Al igual que sucede con cualquier dibujo o pintura, la textura del papel repercutirá en la calidad de la imagen. En lo que al carboncillo se refiere, cuanto más texturado sea el papel, más suelto y granuloso será el trazo.

Las líneas finas se crean cogiendo el carboncillo de modo que se forme un ángulo con el papel. Se consiguen líneas de intensidades diferentes variando la presión ejercida sobre el papel.

Los trazos gruesos se realizan colocando un carboncillo corto plano sobre el papel.

La anchura del trazo cambiará si se corta el carboncillo en la medida deseada.

Es imprescindible fijar los dibujos realizados, puede emplearse laca de pelo, lo cual resulta más económico.

#### Marcas

- Derwent
- Faber Castell

#### **TIZAS**

Las tizas son barras de color comprimido en colores rojos, blancos o negros, a

diferencia de los carboncillos su compresión principal son las arcillas. Se le conoce también como sanguinas de color rojizo y las barras de sepia de color café.

#### Herramientas

- Difumino
- Polychromos
- Fijador
- Disolventes
- Rotulador
- Cuchilla
- Pads (algodón)

#### Materiales

- Tizas
- Lámina de plantilla
- Lápices de color

#### Soportes

- Los soportes para esta técnica suelen ser los papeles de grano medio o grueso.
- Papel de Layout y de rotulador.
- Papel de acuarela de tina.

#### Aplicación

Las tizas se aplican sobre la superficie del papel casi exclusivamente en forma de polvo y se emborronan muy fácilmente, todo su aplicación es con el apoyo del rotulador,



plantillas, lápiz duro, disolventes. Se mezclan ligeramente, se retiega la disolución en la plantilla con un papel secante y el pad. De este modo el color se distribuye muy desiminado sobre el papel y forma. Resultad: Unas desgradaciones extraordinarias.

## PASTEL

### Definición

Su uso comienza en el siglo XVIII.

Ofrece una gama muy diversa de colores y se les puede encontrar como secos o grasos de acuerdo a su composición.

Hay dos tipos de pasteles, el pastel al óleo y los pasteles secos. Las técnicas que se emplean con ambos son muy parecidas. Con el pastel al óleo su utiliza trementina o aguarrás como disolvente. La diferencia entre los pasteles al óleo y los secos no sólo radica en su composición, sino también en la textura. Mientras que los primeros son cerosos y producen trazos más oscuros, los otros son en conjunto más claros.

El pastel es apropiado para las superficies rugosas o papeles con cierta textura permitiendo que el pigmento se adhiera con cierta facilidad. En algunos casos funciona sobre lienzos y maderas. Algunos de los accesorios en los que se apoya esta técnica son: gomas o fijador tipo spray y que puede ser el que se utiliza para el cabello solo para evitar que el pigmento del pastel manche.

### Herramientas

- Difumino

### Materiales

- Pasteles grasos o duros.
- laca (fijador)

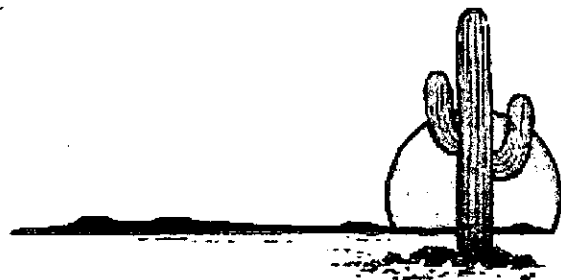
### Soportes

Cualquier tipo de papel sirve para pintar con pasteles, aunque existe un papel especial que se vende en diferentes tonos y que posee una cara rugosa y otra fina. Con pasteles al óleo se puede pintar en papel de lija de grano medio, pero no se puede difuminar con los dedos.

### Aplicación

Una de las técnicas de mezclar pasteles al óleo consiste en "tejer" los trazos de color, es decir, en tramar líneas paralelas cortas y largas. Otra manera de mezclar este medio es superponer capas de colores diferentes. En ambas técnicas, se puede hacer que aparezca después el color de base raspando los colores de encima. Si se desea combinar pastel con otro medio de pintura, sirve de gran ayuda aplicar trementina con un pincel a la obra realizada con pasteles.

Los pasteles secos se aplican de modo muy parecido. Los colores se mezclan o se combinan con los dedos, con un



pincel, un difumino o mediante mezclas ópticas, y se pueden modificar acentuando su tono o creando áreas de punteado. Los pasteles duros se utilizan sobre todo para dibujar bocetos. En esta técnica se emplean papeles de colores a fin de producir medios tonos, el papel blanco para crear efectos de luz y sombras leves, y papel negro o sepia para crear zonas más oscuras.

#### Marcas

- Carré Sakura
- Conté
- Derwent
- Faber Castell
- Rembrandt
- Stafford
- Van Gogh
- Winsor&Newton

#### **TINTA**

Es uno de los medios más viejos para ilustrar, entre las más conocidas se encuentran la tinta China y la tinta India. Esta compuesta generalmente de carbono mezclado con agua y algún otro compuesto. Se usa normalmente para hacer trabajos en líneas ya sea usando puntos, tramados o delineados.

Es una técnica óptima para detalles, además de que se puede utilizar como acuarela logrando gran variedad tonal.

#### Herramientas

- Agua destilada
- Plumilla
- Pinceles
- Tiralíneas

#### Materiales

- Tinta en cartucho, frasco y botellas
- Lápices
- Plumones

#### Soportes

- Albanene
- Papel bond
- Papel de algodón
- Papel Revolución
- Cartulinas.

#### Aplicación

Es resistente al agua tras el secado.

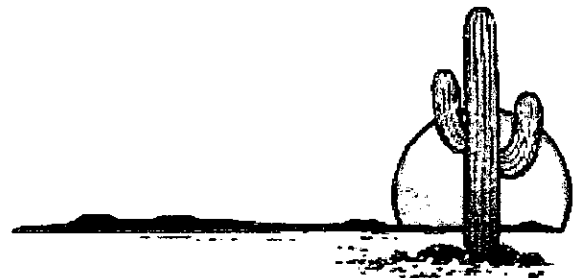
#### Marcas

- Pelikan
- Winsor&Newton

#### **LÁPIZ GRAFITO**

El lápiz grafito se da en Inglaterra con el descubrimiento de un yacimiento de grafito del que se pensó era plomo en el año de 1564, pero en 1662 se fabrica en Alemania el primer lápiz como se conoce hoy en día.

Este es un material propio para los acabados realistas y los medios tonos, se trabaja prácticamente sobre todo tipo de cartulinas y papeles y se clasifica en diferentes grados de



acuerdo a su dureza y también bajo los dos sistemas de clasificación que se conocen: el Conté en números, y el Brockman basado en letras.

La forma en que se clasifican también depende de las marcas pero en general encontramos que se encuentran desde el 9B como el más blando, el HB como intermedio, y el 6H como el más duro. También existe el F o firme. También encontramos las portaminas, las cuales son intercambiables con diversas graduaciones de grafito y se usan para hacer líneas muy finas o uniformes.

#### Herramientas

- Lápiz 6B, 5B, 4B, 3B, 2B, B, HB, F, H, 2H, 3H, 4H, 5H, 6H, 7H y 8H.
- Couter.

#### Materiales

- Cojín limpiador
- Difuminador

#### Soportes

- Papel revolución
- Papel bond

#### Aplicación

Con un trazos libres se obtienen difuminados, contrastes, brillos y sombras en trazos de ashurados, etc.

#### Marcas

- Derwent
- Dixon

### LÁPICES DE COLORES

#### Definición

Estos lápices están compuestos por minas de pigmento comprimido, es cremosa

y suave, son brillantes y tienen resistencia a la humedad, también podemos encontrarlos como lápices acuareleados.

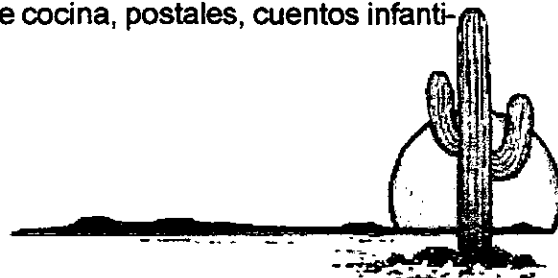
Este material combinado con los diferentes soportes y las texturas de los últimos nos permite dar diferentes acabados a los trabajos. Es importante tomar en cuenta que este tipo de pigmento se debe aplicar poco a poco para evitar cualquier tipo de saturación.

Esta técnica también cuenta con algunos tipos de solventes como el Ronson que nos permite crear efectos de tramado en el papel, o bien esfumar la pintura sobre la superficie con la ayuda de un pincel o algodón. Otra característica es que no todos los lápices son suaves.

Los lápices de colores se usan para detalles finos y para dar acabados realistas y no son muy recomendables para zonas muy extensas de color.

#### Uso de los lápices de color

Este es el medio de ilustración más empleados por los ilustradores ya que nos provee de una extensa gama de colores y tonos diferentes, además se adapta a diferentes tipos de soportes y es fácil de combinar con otro tipo de técnicas. El tipo de ilustración requerida por esta técnica puede ser utilizada en libros de cocina, postales, cuentos infantiles, etc.



### Herramientas

- Pinceles
- Tiralíneas

### Materiales

- Pinturas acrílicas
- Cinta para enmascarillar

### Soportes

- Papel
- Cartulinas

### Marcas

- Aleen's
- Galeria Acrilic - Pad
- Gamacolor
- Grumbacher
- Liquitex
- Pintart
- Politec
- Rodin
- Vinci
- Winsor&Newton

### Usos del acrílico

- Todas las áreas de la ilustración
- Libros
- Anuncios
- Dibujos animados

### Aplicación

Las pinturas acrílicas se aplican de un modo similar a las acuarelas, es decir, a capas de aguadas transparentes. Pero se comportan de manera diferente, puesto que se secan rápidamente sobre una superficie impermeable, lo que impide que los bordes se

suavicen con agua o que se maten mezclándose con otros colores.

Tensado en seco o tensado en húmedo.

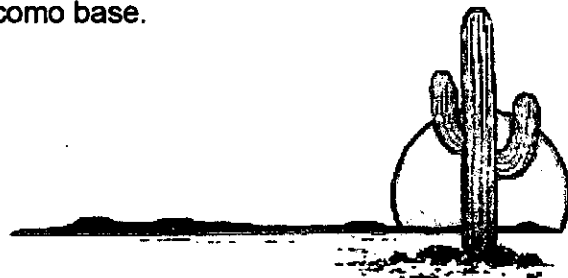
Para crear el mismo efecto que las aguadas de acuarela, la pintura se mezcla con agua, con gel o con una solución diluyente. Después de aplicar cada aguada se deja secar. El color debe formarse con capas de pigmento cada vez más oscuro. Los efectos de luz y los reflejos se realizan con pintura acrílica blanca no diluida.

### **GOUACHE**

#### Definición

Esta técnica es similar al acrílico en donde su composición esta basada principalmente en la goma arábiga. A diferencia de la acuarela su acabado es opaco, contiene adhesivos y pigmentos blancos, al secar pierde el valor tonal que tenía al estar húmedo. Su aplicación en la superficie es húmeda y con pinceles de cerda y no sintéticos con el fin de no dejar marca de la aplicación, si son áreas de gran tamaño se puede aplicar con un pincel plano y en otros casos con aerógrafo, tomando en cuenta la consistencia de la pintura.

Esta técnica como en alguna otras nos permite combinar técnicas adicionales para detallar o como base.





Otra característica es la consistencia de la pintura, de esta manera llega a ser cubriente o transparente dependiendo de la cantidad de agua, por lo tanto nos ayuda a corregir algunos errores, también se pueden crear capas del mismo color menos diluidas o por el contrario si se desea aclarar se añade un color más claro a la mezcla superponiendo a la aguada oscura.

Esta técnica es una de las más usadas por ser de secado rápido y flexible, al mezclarse con la acuarela permiten combinar pigmentos entre sí.

#### Herramientas

- Mortero
- Espátula
- Recipientes
- pigmentos en tubos, en frascos de cristal o en pastillas
- pinceles o brochas (diferente grosor)

#### Materiales

- Genérico de Témpera (colores)
- Goma arábiga
- Glicerina
- Solución azucarada
- Hiel de buey
- Agua destilada
- pigmento y blanco de zinc

#### Soportes

- Superficie no absorbente

#### Aplicación

Se puede trabajar por encima, con más facilidad que con las acuarelas, aplicando aguadas finas; o bien superponiendo capas más densas opacas, de oscuras a claras. Para

oscurecer colores se superponen capas del mismo color con menos agua. Si, por el contrario, se desea crear zonas de color pálido, se aprovecha el blanco del papel, que se mostrará bajo las aguadas finas, o bien se añade color claro a la mezcla superponiéndolo a la aguada oscura anterior. Los resultados que se obtienen con el gouache dependen en gran parte del papel utilizado. La pintura al gouache se emplea directamente del tubo o bien diluida con agua. Cuanta más agua se agrega, más translucido es el pigmento y menos densa la pintura.

#### Marcas

Rodín

### **ACUARELA**

Su característica principal es su transparencia en los colores, flexible a la aplicación, consiste en un pigmento diluido en agua. Las técnicas con las que se aplica son variadas lo cual permite al ilustrador tener un estilo propio.

La acuarela es recomendable aplicarla en papeles o cartulinas gruesas y que posean ciertas texturas, papeles de grano con base en algodón.



Su transparencia permite modificar el color sobre el que se aplica, sin perder la acuarela. Su fluidez permite extenderla sobre el soporte con gran facilidad, es fácil de aplicarse tanto con pinceles como en aerógrafo, además de su cualidad de mezclarse con otras tintas.

#### Herramientas

- Plumilla
- Pinceles
- Espátula

#### Materiales

- Acuarela en pastilla, en tubo
- Lápiz acuarelable
- Acuarela concentrada
- Adhesivos
- Transferibles en secos

#### Soportes

- Papel acuarelable (Peerless)

#### Aplicación

Lavado (mancha y velado uniforme o desvanecido), mancha con reserva de blancos y trazo libre.

#### Marcas

- Cotman
- Winsor & Newton

#### PLUMONES

Sus soportes pueden ser papeles o cartulinas de diversos tipos, de preferencia lisos y que no desprendan mucha fibra al humedecerlos.

#### Herramientas

- manguillo para plumilla

#### Materiales

- Plumones (punto grueso de fieltro)
- Plumines (punto grueso de fieltro)
- Lápices de color
- Cloro
- Grafito

#### Soportes

- Cartulina opalina
- Couché
- Albanene
- Kromekote

#### Aplicaciones

Realizar bocetos de primera intención, una vez definidas en cartulina opalina, kromekote o couché se aplica el plumón obteniendo los diferentes contrastes de luz y sombra de la imagen.

#### Marcas

- Acuacolor

#### AERÓGRAFO

Este instrumento es muy utilizado en la técnica de representación, cuyo principio es el de mezclar pigmentos líquidos con aire, saliendo del aerógrafo con una presión de unos 2.10 kgs., por cm<sup>2</sup> haciendo esto mediante un compartimiento similar al de un bolígrafo metálico.



Una de sus características principales es que al emplear degradados nos da una calidad que difícilmente se lograría con pinceles ordinarios.

Esta técnica permite emplear diferentes tipos de pinturas como las acuarelas o los acrílicos. La manera de aplicar es a base de bloquear por zonas de acuerdo al color que se desee aplicar, estas zonas se bloquean mediante papeles adhesivos o líquidos especiales que son fáciles de quitar mediante solventes como Frizquet o Látex.

Existen dos tipos de aerógrafos:

1. De acción simple: En este el chorro de tinta no puede controlarse más que alargando o acortando la distancia del aerógrafo a la superficie para dar líneas finas o gruesas.
2. De doble acción: Se puede controlar al mismo tiempo la proporción de salida de pintura y de aire simplemente jalando una palanca que los controla.

La superficie en la que se va a trabajar esta técnica es comunmente plana y con cierta resistencia a la absorción por ser 100% líquida la pintura.

#### Usos del aerógrafo

Esta técnica también es usada para el retoque de piezas escultóricas, escenografías, retocar juguetes, etc.

#### Herramientas

- Bisturí
- Brocha limpia
- Aerógrafo

- Compresora
- Líquidos: Frisket, cemento iris diluido.
- Plantillas móviles: Mica de peso regular o cartulina delgada.

#### Materiales

- Acuarela concentrada
- Gotero
- Vaso
- Masquin Tape
- Pegamento en aerosol
- Trapo
- Cojín limpiador
- Celofán blanco (adhesivo)
- Película Friskert (adhesivo)
- Albanene (adhesivo)

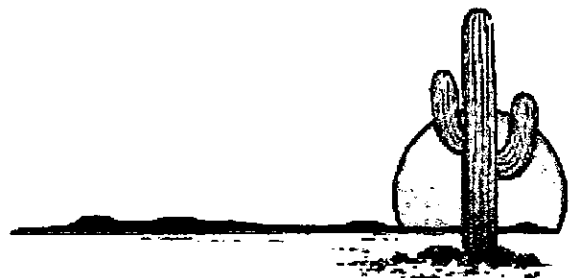
#### Soportes

- Cartulina Corsican

#### Aplicación

Es necesario, antes de iniciar un trabajo profesional con esta técnica, que se realicen prácticas con las diferentes presiones y distancias para tener un control más preciso del flujo de pintura.

Al aplicar uniformemente un color plano con pintura opaca es importante mover el aerógrafo uniformemente en líneas paralelas

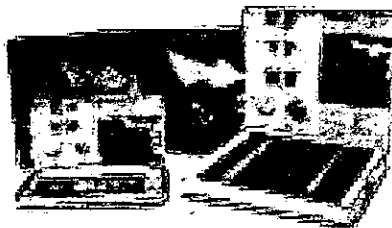
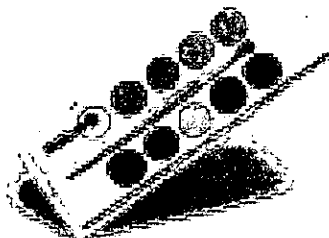
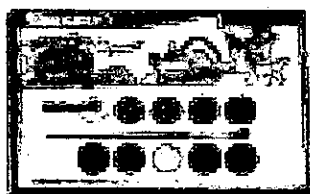


que se superpongan, a unos 15-25 cm de la superficie. Las pinturas menos espesas como la acuarela deben aplicarse más o menos a distancia, aproximadamente desde unos 45-60 cm. En cuanto a las pinturas translúcidas, es importante dejar que cada capa se seque antes de aplicar la siguiente para evitar que se formen goterones y que se den mezclas no deseadas.

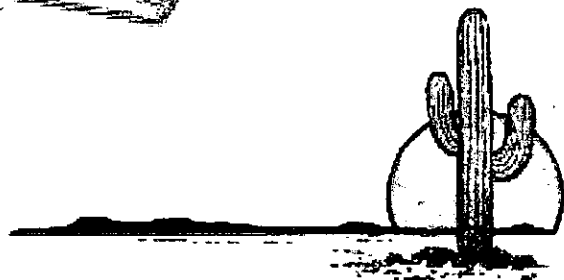
***Marcas***

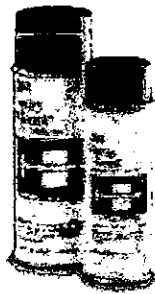
Entre las marcas más comunes se encuentran: Paasche, Sprite, Thayer, Super 63, Borrador, Badger, Dr. Martin's, Winson & Newton, Ecoline, etc.

**MUESTRAS DE DIFERENTES MATERIALES**



\* ACUARELAS

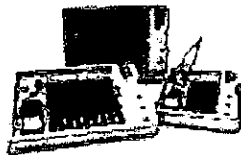
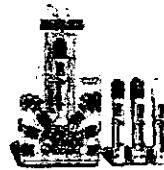




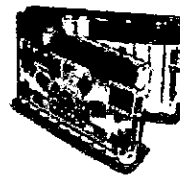
\* PEGAMENTOS



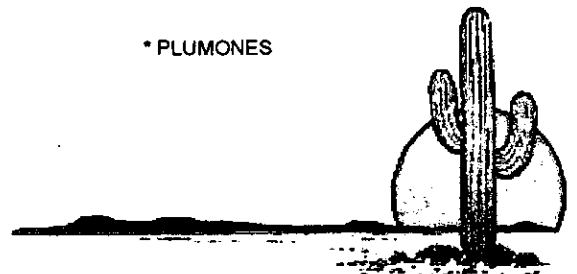
\* TINTAS / ACRILICOS



\* ESTILOGRAFOS



\* PLUMONES



### **CAPITULO III. SIX FLAGS MEXICO.**

#### **3.1 Organización. Antecedentes.**

En 1982 nace el parque de diversiones más grande de América Latina: REINO AVENTURA, ofreciendo sana diversión y esparcimiento para toda la familia, en una extensión de terreno de 45 hectáreas, de las cuales se han desarrollado 27 y el resto se mantiene como reserva ecológica.

Reino Aventura en el mes de mayo de 1999 fue adquirido por la empresa Premier Parks la cual opera actualmente 34 parques de diversiones incluyendo Six Flags Theme Parks Inc. A partir del mes de Abril del presente año Reino Aventura adoptará el nombre de Six Flags México.

La marca Six Flags es el nombre mas reconocido en la industria de parques de diversiones en Estados Unidos. Premier Parks obtuvo la exclusividad en sus parques del uso de las licencias de Warner Bros. y D.C. Comics.

Los parques más importantes que tiene esta compañía en Estados Unidos son:

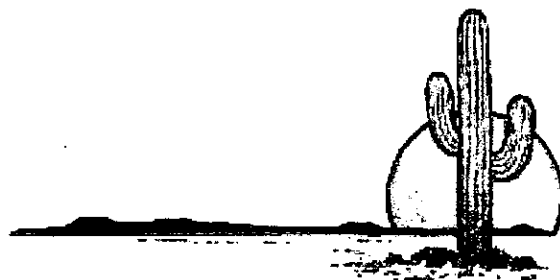
1. Atlanta: Six Flags Over Georgia
2. Baltimore: Adventure World The Great Escape
3. Buffalo: Darien Lake
4. Chicago: Six Flags Over Great America
5. Cleveland: Geauga Lake
6. Columbus: Wyandot Lake
7. Dallas: Six Flags Over Texas
8. Denver: Elitch Gardens
9. Houston: Six Flags AstroWorld
10. Lake George: The Great Escape Spalswater Kingdom

11. Los Angeles: Six Flags California Louisville
12. Six Flags Kentucky Kingdom
13. New England: Riverside-Great Escape
14. New Jersey: Six Flags Great Adventure
15. San Antonio: Six Flags Fiesta Texas
16. Oklahoma City: Frontier City & White Water Bay
17. St. Louis: Six Flags St. Louis
18. S. Francisco: The New Marineworld Theme Park
19. Sacramento: Waterworld U.S.A. Concord
20. California: Waterworld U.S.A. Concord

Y en Europa:

21. Bruselas, Bélgica: Walibi Wavre
22. Flanders, Bélgica: Bellewaerde
23. Netherlands, Amsterdam: Walibi Flevo
24. Metz, Francia: Walibi Sctroumpf
25. Lyon, Francia: Walibi Rhône Alpes
26. Agen, Francia: Walibi Aquitaine

Actualmente el parque cuenta con 67 distintas atracciones entre espectáculos y juegos mecánicos, además de una gran variedad de juegos de destreza, tiendas de souvenirs, restaurantes, pabellones interactivos y todos los servicios que un parque de estas dimensiones exige.



De acuerdo a las necesidades y requerimientos de los visitantes, se han diseñado diferentes programas de comercialización que generan una mayor afluencia al parque, repercutiendo en grandes beneficios económicos y de promoción para nuestros socios comerciales.

El parque se encuentra dividido y tematizado en 7 distintas áreas (Pueblos): Hollywood, Vaquero, Polinesio, Suizo, Mexicano (propuesta), Francés y El Circo de Bugs Bunny.



\* PUEBLO HOLLYWOOD



\* PUEBLO VAQUERO

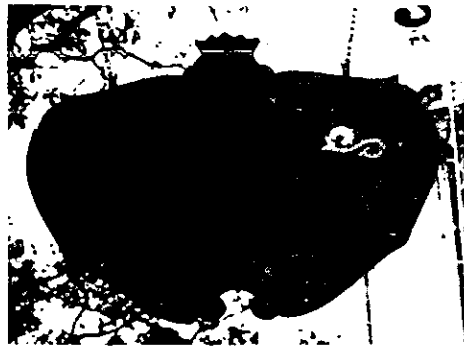


\* PUEBLO POLINESIO

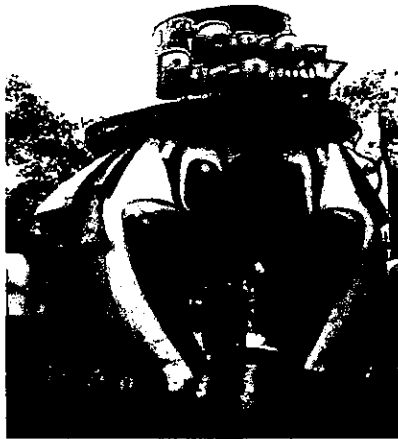


\* PUEBLO SUIZO





\* PUEBLO SUIZO



\* PUEBLO EL CIRCO DE  
BUGS BUNNY

A partir de Abril de 1997 se elaboró en coordinación con la Secretaría de Educación Pública el Programa denominado "Educaventura" el cual va dirigido a escuelas oficiales y privadas que ofrecen educación básica a través de actividades dirigidas y recorridos. El principal objetivo de este programa es reforzar los conocimientos y habilidades que se presentan en el aula, estableciendo un vínculo entre la teoría y la práctica. Por su importancia, dicho programa se ha integrado indefinidamente en las actividades normales del parque.

Six Flags México actualmente ofrece las siguientes opciones de acceso para nuestros visitantes:

**\*Pasaporte Espectáculos**

El cual da derecho a presenciar todos los shows, espectáculos y atracciones: Serpentarium, Biogranja, Delfinario, Casa de Mario Bros, Galería Diabólica y Cabaña del Tío Chueco, así como un desfile de Bugs Bunny y sus amigos, el cual recorre todo el parque. Este también incluye los conciertos que se desarrollan en el Parque con artistas reconocidos.

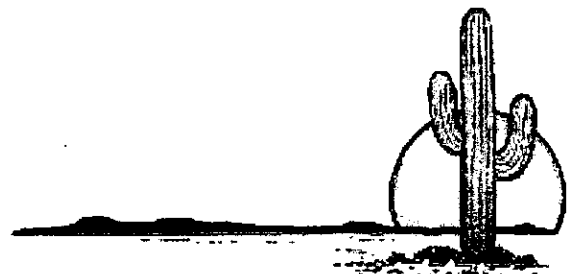
**\*Pasaporte Mágico**

Incluye lo del pasaporte espectáculos y el uso de todos los juegos mecánicos las veces que el visitante quiera. Su costo es el mismo para niños y adultos.

**\*Pase Anual**

Es un pasaporte mágico con el que el visitante disfruta Six Flags México durante un año a partir de la fecha de compra.

Ningún pasaporte incluye: juegos de destreza, Go karts, Reino Láser, Lago Aventuras y juegos de video.





### 3.1.1 Visitantes.

Cabe mencionar que el parque cuenta con los elementos suficientes para la medición y evaluación de resultados dentro del parque tanto en el impacto del patrocinio en el visitante como de la promoción conjunta desarrollada. A continuación se presentan algunos resultados del perfil y público que visitan el parque.

#### 3.1.1.1 Estadísticas. Gráficas

Los resultados obtenidos de las gráficas mostradas fueron el resultado de las encuestas y conclusiones de ingresos que en taquillas se obtienen a diario, las estadísticas fueron realizadas a todas las edades de los visitantes, fueron realizadas por el departamento de Mercadotecnia, Operaciones y Publicidad.

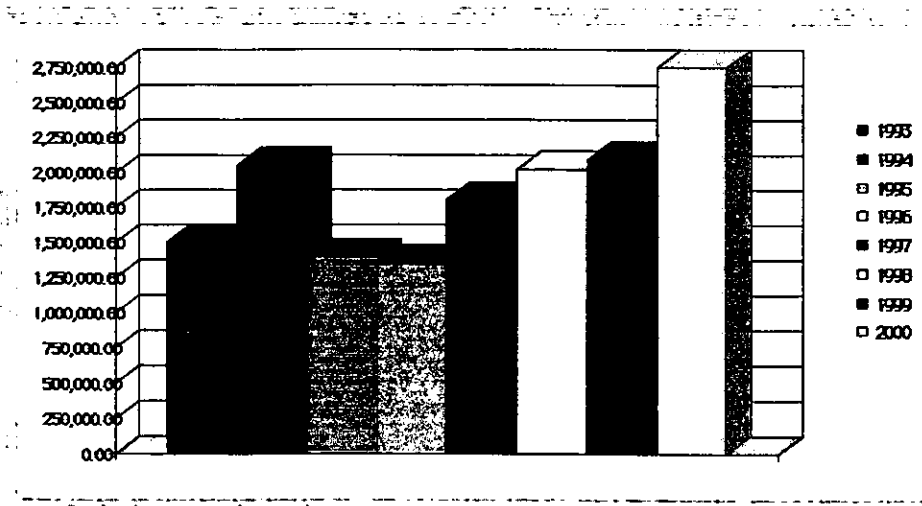
Los resultados fueron supervisados por el Director General y Presidente del parque Six Flags México.

### 3.2 Proyección e Imagen.

Porqué es líder Six Flags México. En dar entretenimiento, servicio y sana diversión en un ambiente familiar de máxima seguridad y limpieza.

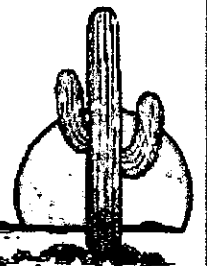
Se coloca en el primer lugar a nivel internacional por sus:

- \* Juegos
- \* Tecnología
- \* Amplitud
- \* Servicio
- \* Limpieza
- \* Personal especial para atención a visitantes.



Estadística de ingreso de visitantes al parque desde 1993 hasta 2000.

\* Estadísticas sacadas por el Departamento de Mercadotecnia en base a un estudio mercadológico.



- \* Parque temático y de diversiones con alta tecnología.

Su misión es proporcionar a chicos y grandes el mejor entretenimiento, excelente servicio y sana diversión en un ambiente familiar de máxima seguridad y limpieza, dejando en nuestros visitantes un recuerdo permanente de alegría y el deseo de regresar.

Su visión es el compromiso de un cambio global en Six Flags México requiere que todos los que trabajamos en él, nos integremos en un sólo equipo con actitud positiva; manteniendo una cultura de servicio, creando un ambiente de alegría y magia para ser el mejor parque de diversiones. Llevando a cabo la visión lograremos nuestra misión.

Sus valores son: servicio, limpieza, seguridad, honestidad, productividad, puntualidad, respeto, humildad, creatividad y amor.

Su filosofía es: "Hay un factor común entre aquellos que trabajan en un parque de diversiones, el cual se traduce en uno de los más grandes beneficios que el trabajo en este tipo de organizaciones proporciona, y es que todos aprenden la vocación de servicio, el amor a una causa y la actitud de competencia sana y honesta ante la vida".

Los servicios corporativos a los que debe contribuir la comunicación son:  
Limpieza, servicio, diversión, seguridad,

magia, entretenimiento y posibilidad de aprender y divertirse al mismo tiempo.

La percepción que tienen los diferentes targets sobre Six Flags México.

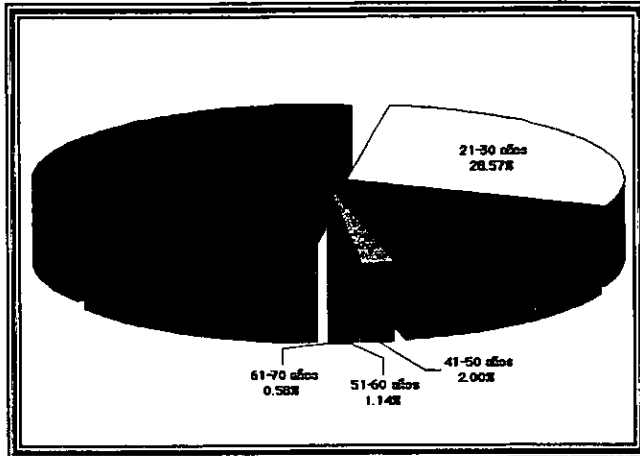
- \* Elementos Positivos: Es grande, mientras más grande más divertido y no hay aglomeraciones, áreas verdes, variedad de juegos mecánicos y espectáculos, muy buena organización, restaurantes variados, para todos gustos, casetas de información, limpieza en general, buenas promociones, mantenimiento excelente, personal amable y educado.
- \* Elementos Negativos: Comida muy cara, nivel socioeconómico marcado, caro en general, ha habido accidentes.

Las partes que se quiere cambiar en esta percepción son: Los elementos negativos.

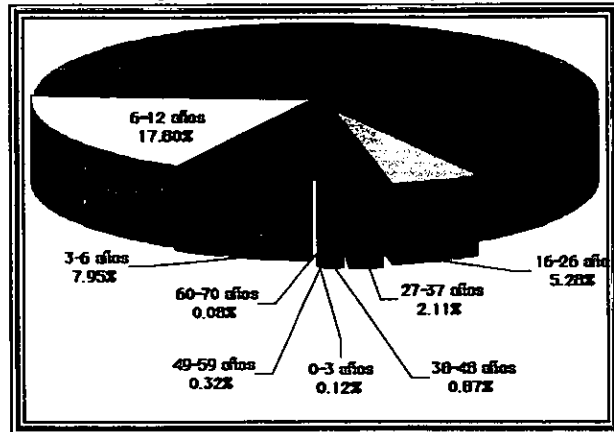
Se pretende comunicar en base a los targets; vender a los usuarios / consumidores la idea de que al asistir a Six Flags México, visitan el mejor parque de diversiones de todo el mundo, por su infraestructura única, excelente servicio, máximas medidas de seguridad, recordándoles los beneficios que les otorga su visita.



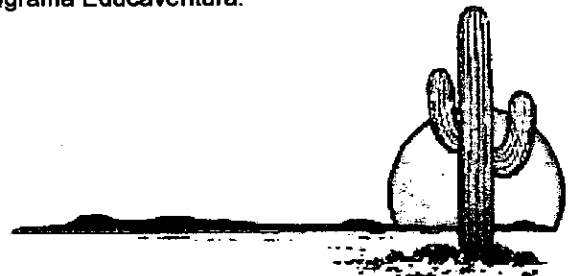
**Edades (Sábado y Domingo)**



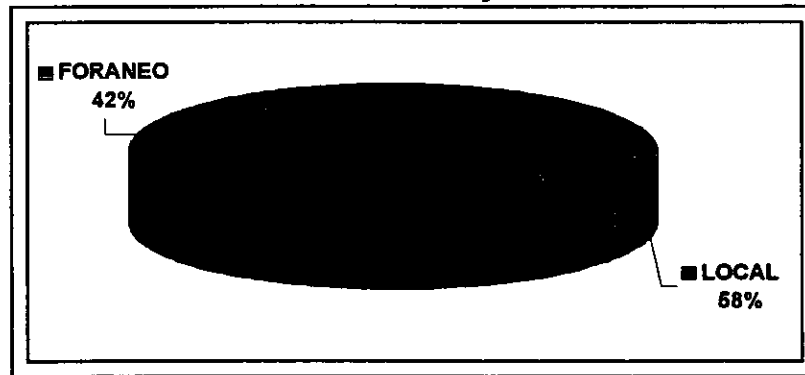
**Edades (Lunes a Viernes)**



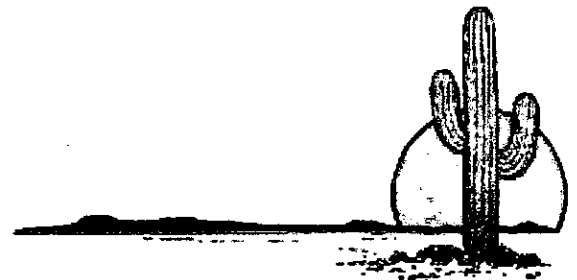
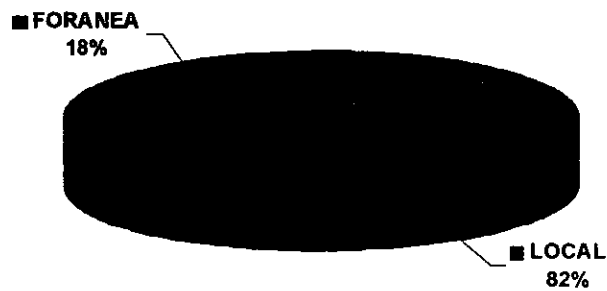
\*\*La gráfica de Lunes a Viernes muestra un rango diferente a la de Sábados y Domingos porque los visitantes entre semana son en un 80% niños del Programa Educaventura.



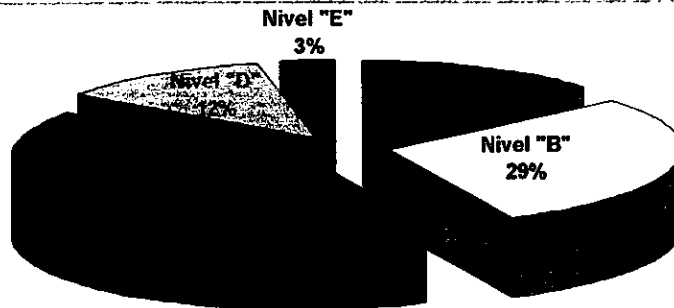
## Visitantes en Temporada Alta



## Visitantes en Temporada Baja



## Nivel Socioeconómico



\* Estadísticas sacadas por el Departamento de Mercadotecnia en base a un estudio mercadológico.

Los beneficios medulares obtienen los diferentes targets en Six Flags México: Seguridad, servicio de calidad, diversión, espacios amplios, variedad de atracciones, juegos y espectáculos, variedad de alimentos y souvenirs, variedad de promociones, ambiente familiar.

El consumidor / usuario de Six Flags en un futuro cercano:  
Six Flags México se compromete a ser el mejor parque de diversiones del mundo y el parque de diversiones más limpio del mundo.

Esas expectativas se deben basar en una inversión de capital y grandes esfuerzos para llegar nuestros objetivos; y en la implementación de una "campaña de limpieza", la cuál establece lo siguiente:  
"Nuestra campaña de limpieza es intensa y

constante, integrada por todos, en la que desde el director general, hasta quien acaba de ingresar recoger basura de cualquier lugar".

Los objetivos de mercado para el 2000 en Six Flags México.

- \* Realizar incremento porcentual en segmentos a comparación del año de 1999 en patrocinio y promociones.
- \* Incrementar el ingreso de patrocinadores.
- \* Incrementar promociones conjuntas de



**CAPITULO IV.  
DESARROLLO Y APLICACION DEL  
LOGOTIPO PARA EL "PUEBLO  
MEXICANO".**

calidad.

- \* Buscar la participación de empresas líderes en el mercado para establecer sociedad comercial con Six Flags México.

Sus medios de comunicación son:

- \* Televisión abierta.
- \* Televisión por cable.
- \* Prensa y Revistas.
- \* Radio.
- \* Publicidad exterior (Autobuses y Espectaculares).

**3.3 Competencias.**

En base a estudios de mercado se considera el parque Six Flags México es el parque con mayor ingreso a nivel nacional sin tomar en cuenta que a nivel internacional ocupa un lugar muy alto.

LA FERIA. 30 %

DIVERTIDO 5%

OTRO 6%

SIX FLAGS MEXICO 59 %

**4.1 Requerimientos de Diseño.**

Deberá remitir al concepto de la cultura Mexicana dentro de un parque de diversiones Internacional.

**A. Requerimientos de uso.**

*"Son aquellos que por su contenido se refieren a la interacción directa entre el producto y el usuario."*

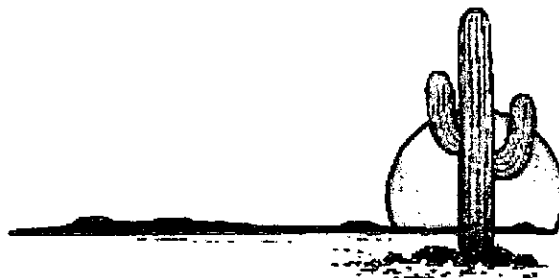
**PRACTICIDAD.**

Cabe mencionar que la empresa Six Flags México pretende que el usuario o visitante se sienta en un ambiente de diversión y fantasía a través de su función de entretener sanamente a la familia tomando en cuenta la tematización de una de las áreas más importantes del parque "Pueblo Mexicano"

**CONVENIENCIA.**

Six Flags México tiene como meta ser el parque de diversiones más grande

\* Todos los datos mencionados en estadísticas, porcentajes, metas, frases, valores y otros aspectos que caracterizan a la empresa son supervisados y autorizados por la Presidencia del parque Six Flags México.



del mundo donde la familia tenga un espacio de entretenimiento y distracción al instante en que entra al parque y como resultado salga con deseos de regresar.

En el Pueblo Mexicano la meta es alcanzar el concepto cultural del país que a través de su consumo logre que el visitante obtenga un mayor enriquecimiento y le permita a través del recuerdo regresar constantemente y que la conveniencia del parque sea el consumo y que el visitante se sienta a gusto.

#### **SEGURIDAD.**

Los letreros de diferentes logotipos que colocan en el parque para su servicio y comunicación son importantes dentro de una empresa donde su función es dar servicio al visitante y que éste se sienta seguro y a gusto con él. La seguridad en letreros, mantas o cualquier otro señalamiento deberá estar sujetado y con un soporte con prueba de seguridad que a su vez no falte el mantenimiento del mismo.

#### **MANTENIMIENTO.**

La imagen en una empresa que da servicios a miles y miles de visitantes es importante mantener en perfectas condiciones los letreros u otros soportes que reflejan la diversidad de logotipos dentro de las áreas o tematizaciones del parque. En este caso a el Pueblo Mexicano.

#### **REPARACION.**

El parque cuenta con materiales resistentes pero en el caso de que las señalizaciones de los logotipos que se tengan que reparar existe el departamento de reparación e imagen para reponer o restaurar el defecto.

#### **ANTROPOMETRIA Y ERGONOMIA.**

Las señalizaciones, los anuncios, los letreros, mantas, etc. deben ser realizados en base a la imagen adecuada para cada área correspondiente del parque.

#### **B. Requerimientos de Función.**

*"Son aquellos que por su contenido se refieren a los principios físico-químico-técnico de funcionamiento de un producto, correspondiendo a este rubro los siguientes criterios entre otros."*

#### **MECANISMOS.**

En el parque existen personas que se encargan de colocar los logotipos correspondientes del parque para cada juego. Dichos logotipos pueden ser dimensionales, planos, estructuras, videos, etc. y necesitan de mecanismos dependiendo de su función.



### **CONFIABILIDAD.**

Cuando su función es óptima la confiabilidad es la respuesta principal que el logotipo del Pueblo Mexicano mantiene como una de sus principales visiones en ofrecimiento y comunicación cultural.

### **VERSATILIDAD.**

En el Pueblo Mexicano existen diversas opciones para poder sentirse como en una hacienda de fantasía y entretenimiento sin perder las raíces de nuestro país, la versatilidad en sus colores y contenidos permiten que el visitante sienta ese espacio como una región mexicana meramente cultural y estética, sin olvidar los juegos que la conforman.

### **C. Requerimientos estructurales.**

*“Es aquel que por su contenido se refiere a los componentes, partes y elementos primordiales de un producto, correspondiendo a este rubro el siguiente criterio.”*

### **AMBIENTE Y ESTRUCTURA (Centro de Gravedad).**

Es importante dentro de esta empresa como parque de diversión la cuestión

gráfica para que el usuario se sienta en un ambiente de magia y fantasía, mismo que debe cumplir con una serie de elementos visuales de manera agradable y colorida, la señalización, representación gráfica de cada sección del parque es muy importante en cuestión de comunicación. En éste caso el cometido es lograr que el diseño (logotipo) exprese en tu totalidad la cultura mexicana para el Pueblo Mexicano, área importante en este parque de diversiones.

### **D. Requerimientos técnicos – productivos.**

*“Son aquellos que por su contenido se refieren a los medios y métodos de manufacturar un diseño, correspondiendo a este rubro los siguientes criterios entre otros.”*

### **BIENES DE CAPITAL.**

Para poder mantener la mejor de las imágenes es importante atender cualquier detalle de imagen y estructuras





**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

que integra cualquier pueblo del parque Six Flags México. El capital en esta empresa es uno de los principales puntos que contempla el parque. Para poder reflejar a ésta como el mejor parque de diversiones a nivel internacional se deberá mantener la mejor de las atenciones visuales y temáticas sin olvidar su mantenimiento y percepción de seguridad y productividad.

**MANO DE OBRA.**

Es necesario la colaboración del trabajo humano para poder obtener los fines mencionados en cuestión visual, material, etc.

**MODO DE PRODUCCION.**

En el Six Flags México el logotipo «Pueblo Mexicano» requiere de procesos de impresión, producción, producción artesanal, con la intención de expresar y ofrecer mejores servicios a través de los elementos de producción mismo que logrará una mejor comunicación y seguridad en sus elementos. En el Pueblo Mexicano la mano de obra al igual que en los otros pueblos es la expresión artística representada gracias al diseño que en este caso deberá ser detallada y cuidadosa por la serie de conceptos gráficos que México expresa culturalmente.

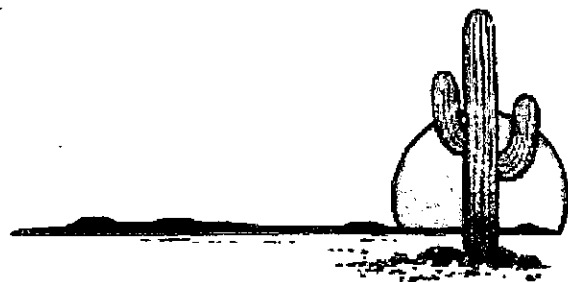
**NORMALIZACION.**

El tamaño y las medidas dentro de un parque de diversiones son muy importantes por el tipo diverso de visitantes, los servicios deben ser analizados y proyectados en base a edades y tamaños de cada individuo, por eso mismo, los elementos, materiales, funciones y otros aspectos deben cumplir con una normalización en medidas precisas para el servicio.

Puntualizando que la señalización para el Pueblo Mexicano deberá ser impactante y más importante en su proyección.

**ESTANDARIZACION.**

La funcionalidad de los elementos y su utilidad es sumamente importante para que el usuario puedan utilizar con comodidad sin ningún problema visual o material.



#### 4.2 Forma.

El diseño es una actividad en la que confluyen técnica e imaginación para crear un producto útil, lo que hace que el profesional deba ser práctico y lo más objetivo posible, ya que en su trabajo debe predominar una línea de pensamiento sistemático sobre lo puramente intuitivo.

El diseñador debe resolver problemas que le vienen dados: que no puede alterar nada, sino encontrar soluciones, y para ello debe dominar un lenguaje visual, que es la base de la creación del diseño.

Hay una serie de conceptos, principios y reglas de organización visual que conforman la base teórica del diseño; aunque un diseñador puede trabajar sin una consciencia racional de tales preceptos y piense que sus ideas personales y su sensibilidad son más importantes (quizá porque intuya dichas reglas en parte), su conocimiento consciente mejorará la calidad de su trabajo y aumentará su capacidad.

Al contrario que el lenguaje hablado, el lenguaje visual no tiene unas reglas o leyes establecidas, hay mil formas de interpretar este lenguaje, influenciadas por el acervo cultural: pero, aunque cada teórico del diseño expone unos métodos de análisis formal aparentemente distintos, este lenguaje visual es universal, y está relacionado con nuestro sistema perceptivo, a pesar de que se nos presente de formas muy diversas.

#### LA FORMA.

“Los elementos conceptuales del diseño, el punto, la línea, el plano son conceptos abstractos; cuando son visibles se convierten de *forma*: un punto sobre un papel tiene unas dimensiones, un color y una textura concreta, y lo mismo ocurre con la línea y plano, en el caso del diseño bidimensional, donde los volúmenes visibles son imaginarios. Las formas son los modos en que se distribuye la materia en el espacio, como la sintaxis y la gramática en el lenguaje hablado o escrito, y existen en nuestras mentes clasificando nuestras vivencias y sensaciones. Son los conceptos del diseño, expresados en el material que se utiliza para plasmarlos y por ellos distinguimos elementos de nuestra experiencia y percibimos su significado”. (39)

Las formas más simples que reconocemos (círculo, rectángulo y triángulo) son bidimensionales y aparentemente sin significado propio, aunque como se verá, incons-

(39) Gasch Manuel, “Técnicas de pintura y Diseño”, Ed. Génesis, Buenos Aires, Argentina, 1992, pp. 25



cientemente percibimos mensajes diferentes de cada una de ellas. También utilizamos grupos de elementos formales que extraemos de la observación de la naturaleza: la forma de un ala se extrajo de las de los pájaros; las estructuras mecánicas, de la anatomía; la hélice, de la forma de ciertas semillas, etc.

Según el nivel de profesionalidad, el diseñador utilizará formas más o menos simples combinándolas para llegar a nuevas imágenes; y, dado que rara vez se llega a descubrir una forma absolutamente nueva, la novedad consistirá en cómo se combinen o sitúen dichas formas, creando nuevos significados según se dispongan viejos elementos fundamentales.

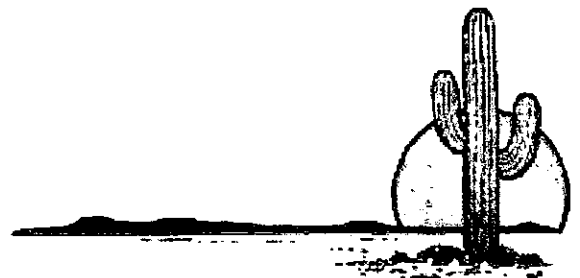
Una forma es definida como línea cuando su ancho es mínimo con respecto a su longitud, lo que le hace transmitir una sensación de delgadez y simplicidad. En cuanto a su aspecto general, puede ser recta, quebrada, curva o totalmente irregular: todas ellas, incluso la recta, que como se sabe no existe más que en apariencia, son originadas por la observación de la naturaleza.

El ser humano, sujeto a la ley de la gravedad, encuentra su estabilidad formando una línea imaginaria a 90 grados con la también imaginaria línea horizontal del plano de la tierra por tanto siente la línea vertical y la horizontal como algo estable. Al moverse o correr adopta una posición inclinada, diagonal, lo que origina que

dichas líneas transmitan una sensación dinámica, de movimiento, o bien de inestabilidad. Una persona gira sobre sí misma para ver el horizonte a su alrededor, y está generando la idea abstracta del círculo, que junto con el triángulo y el rectángulo son las formas abstractas básicas del diseño.

Una forma intrínsecamente estable, aunque, como la línea, pasa a ser una forma dinámica cuando se gira la base. Es matemáticamente simple, con cuatro ángulos iguales básicos (90 grados) y unos lados que pueden variar de longitud dos a dos, lo que la convierte en la figura idónea para generar estructuras estables, permanentes, uniéndose a otros perfectamente para formar cuadrículas. Nuestro sistema de medición está basado en el rectángulo: se dibuja en hojas rectangulares, los libros tienen esa forma, es el área más sencilla de calcular, y sus proyecciones tridimensionales.

Derivado matemáticamente de su centro, el círculo es un área uniforme en todas las direcciones, al estar originado por un punto que gira alrededor del centro



manteniendo una distancia fija, el radio. Al ser una figura de revolución, representa tanto el área abarcado como el movimiento que la genera: es el símbolo de la plenitud y del movimiento continuo, uniforme.

El círculo es la forma que ha tenido mayor significado cósmico y el más utilizado por el ser humano como símbolo religioso o gnóstico: para muchos pueblos era la forma que tenía su mundo. Su proyección en tres dimensiones es la esfera, el volumen total en el que todo está comprendido, perfecto en su superficie absolutamente regular, sin principio ni fin, de aspecto suave y permanente.

La forma dinámica por excelencia, que varía sin significado según su posición y la medida de sus ángulos, no necesita una línea de base e implica movimiento y dirección. El triángulo puede ser, el tiempo, una figura estable, lo que supone la forma perfecta para estructuras, etc.

Un triángulo rectángulo (un rectángulo, cortado en diagonal), cuyos lados midan 3,4 y 5 respectivamente, constituye, desde tiempos inmemoriales, el compás de proporciones áureas, la relación de medidas perfecta, utilizada como controlador de proporciones en diseño tanto bidimensional como en tres dimensiones.

La proyección tridimensional del triángulo, el tetraedro, es la forma fundamental para el premodelado de volúmenes; y una figura derivada como la pirámide se

ha considerado como de significado divino, el edificio - símbolo que lleva a los hombres hacia el cielo o la divinidad.

La proporción o relación entre los tamaños de los componentes de un conjunto, es uno de los factores fundamentales a tener en cuenta por el diseño, porque puede arruinar o mejorar el trabajo. A pesar de que algunas culturas hayan tenido un esbozo de leyes de proporción, que eran sólo consecuencia de mentalidades o creencias religiosas, no se puede decir que existan normas concretas para su aplicación. La proporción aurea nos da una relación matemática, pero no especifica cómo utilizarla en cada caso punto por punto, dejándolo a la intuición del profesional.

El diseñador tendrá que tomar y combinar dimensiones según relaciones que produzcan un resultado armónico, o voluntariamente crear una relación inarmónica para emitir un mensaje concreto.

El diseñador se basa generalmente en la utilización de módulos, que son unidades básicas multiplicables o divisibles y pueden ser identificados por el observador



de la obra. Los conjuntos de relaciones de un módulo son el elemento base del lenguaje para generar diseños, con los que se plasman las propuestas formales del diseñador.

La forma es fundamental para la realización de proyectos gráficos, no podemos descartar dicho elemento como base primordial que ayudará al principio de una idea, principalmente que será la base de nuestro arranque en el diseño gráfico.

#### 4.3 Color.

Se ha dicho hasta la saciedad que el sentido del color era simplemente el resultado de la incidencia de diferentes longitudes de onda e el ojo humano. Pero, si bien este es el efecto puramente físico, las últimas investigaciones confirman la antigua idea griega del color como "lo que siempre acompaña a la forma".

En la memoria genética del ser humano los colores han ido formando significados al relacionar color con forma (comida, enemigo, fuego), que el diseñador, sobre todo el gráfico, no puede ignorar, ya que su mensaje será recibido con unos códigos de traducción mental involuntarios que no puede cambiar con un trabajo, aunque pueda y deba (la originalidad es una obligación profesional) buscar alternativas válidas.

Por las razones antes citadas, el ser humano tiende a fijar colores bajo diferentes condiciones de luz y sombra, ya que de otra forma la sensación sería la inestabilidad, se percibirían los colores como algo cambiante constantemente (de hecho físicamente es así). "El cerebro reconstruye los colores de los objetos equilibrando las tres longitudes de onda verde, rojo, azul, con las sensaciones de luz y sombra".(40)

La percepción del color es, pues, una respuesta del cerebro a los estímulos visuales filtrados por una serie de códigos heredados, aplicados inconscientemente. "Variando la aplicación de los colores, se puede sugerir movimiento, sorpresa u otro tipo de sensación, jugando con las diferentes cromáticas del objeto y el fondo en el que sitúa, dado que los contornos de una imagen se alteran visualmente según el fondo de color donde están colocados.

La luz llega al ojo humano como un espectro de radiación de diferentes longitudes de onda, dentro del cual las bandas que se nos aparecen como visibles son las del rojo, verde y azul, que, fusionadas, percibe como luz blanca; a pesar de ello, por la elaboración del cerebro se considera la

(40) Gasch, Manuel, "Pintura y Diseño", Ed. Génesis, México, 1992, pp. 84



gama como continua. Es conocido de todos el efecto de descomposición de la luz mediante un prisma, o las gotas de agua en suspensión (Arco iris), que al desplegar ante nosotros la gama completa, producen un efecto trascendente (Iris era la Diosa transmisora de mensajes divinos para los griegos)".(41)

Las pantallas del monitor de TV o de ordenador componen los colores basándose precisamente en esta descomposición básica de rojo, verde y azul (RGB, en términos internacionales), lo que permite al diseñador componer colores como los va a recibir el ojo humano y experimentar con gradaciones.

Por otra parte, cuando se utilizan pigmentos se está en el caso contrario, ya que no irradian luz, sino que absorben longitudes de onda, reflejando al ojo el color que no absorben. Este tipo de mezcla que llega a producir el negro se llama sustractiva.

"El método sustractivo es el que se utiliza en pintura, y lo que es más importante para el diseñador, en los procesos de impresión, paso final del proceso del diseño gráfico". (42)

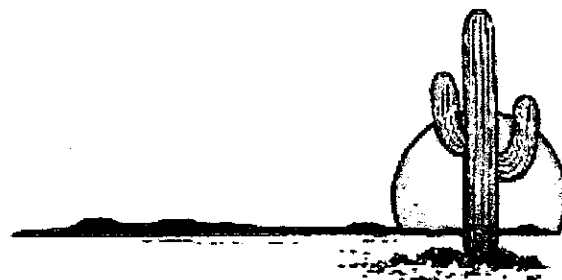
En Artes Gráficas se utiliza una combinación de puntos de los tres colores citados: magenta, amarillo y cyan para producir todas la tonalidades, más una cuarta retícula de negro para resaltar perfiles. El diseñador gráfico crea colores par-

tiendo de un tono concreto y descomponiéndolo en porcentajes de los cuatro colores básicos, o bien los genera partiendo de dichos porcentajes. La utilización del ordenador facilita esta elección al ser posible partir de esta gama, dando valores a cada color básico y visualizando la mezcla automáticamente, o bien generarlos a partir del espectro RGB, o un diagrama de colores que aparecen en pantalla, haciendo que el propio programa lo traduzca a porcentajes de amarillo, cyan, magenta y negro (CMYK en lenguaje internacional).

Como se puede ver el color ha sido importante para el ser humano gracias a las representaciones monocromáticas que aceptamos con tanta facilidad en los medios visuales, son sucedáneos tonales del color, de ese mundo cromático real que es nuestro universo tan ricamente coloreado. Mientras el tono está relacionado con aspectos de nuestra supervivencia y es, en consecuencia, esencial para el organismo humano, el color tiene una afinidad más intensa con las emociones. Podemos comparar el color con el merengue estético del pastel,

(41) Ibidem., pp. 85

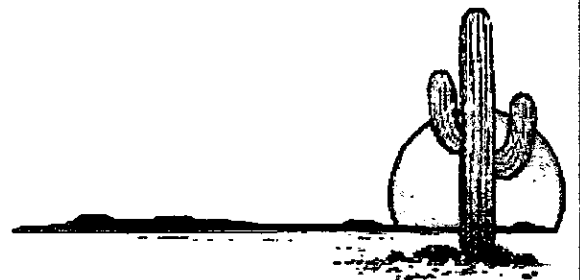
(42) Ibidem., pp. 86



muy rico y útil en muchos aspectos, pero en absoluto necesario para la creación de mensajes visuales. Sin embargo, ésta sería una visión muy superficial del asunto. En realidad, el color está cargado de información y es una de las experiencias visuales más penetrantes que todos tenemos en común. Por tanto, constituye una valiosísima fuente de comunicadores visuales. Se comparten los significados asociativos del color de los árboles, la hierba, el cielo, la tierra, etc., en los que vemos colores que son para todos nosotros estímulos comunes. Y a los que asociamos un significado. También conocemos el color englobado en una amplia categoría de significados simbólicos. El rojo significa algo, por ejemplo, incluso cuando no tiene conexión ambiental alguna. El rojo, asociado a la furia, se ha extrapolado hasta la "bandera roja (o capa) que se agita ante el toro". El color rojo apenas si tiene significación para el toro, que carece de sensibilidad hacia el color, y sólo se mueve por el hecho de que se agita ante él un trozo de tela. El rojo significa peligro, amor, calidez, vida y tal vez otras cosas más. Cada color tiene numerosos significados asociativos y simbólicos. Por ello, el color nos ofrece un enorme vocabulario de gran utilidad en la alfabetidad visual.

Hay muchas teorías sobre el color. El color, tanto el de la luz como el del pigmento, se comporta de manera única, pero nuestro conocimiento del color en la comunicación visual va poco más allá de nuestras reacciones y comportamientos.

Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual. El color no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que tiene también un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente. Aparte del significado cromático altamente transmisible, cada uno de nosotros tiene sus preferencias cromáticas personales y subjetivas. Elegimos el color de nuestro entorno en la medida que no es posible. Pero escasea el pensamiento o la preocupación analítica sobre los métodos o motivaciones que empleamos para llegar a esas elecciones personales en lo relativo al significado y el efecto del color. Estamos diciéndole al mundo muchas cosas cuando elegimos un color.



#### 4.4 Tipografía.

La letra, un dibujo con el que se componen palabras que expresarán el pensamiento humano, trascendiendo en el tiempo a su autor, es quizá el más importante descubrimiento de la Humanidad.

"En la Edad Media se cuidaba la forma de las letras, convirtiendo una capitular en un maravilloso dibujo, quizá influido por la cultura islámica, en la que las letras y su diseño constituyen la única ilustración posible". (43)

Las letras, contempladas como forma, prescindiendo de su significado pueden llegar a tener un gran poder de fascinación, que aumenta al conocer su estructura, su origen, su diseño.

Un diseñador debe conocer y tener en cuenta estas estructuras, el lenguaje intrínseco de estos elementos básicos de comunicación, no utilizándolas de una forma indiscriminada, tratándolas con el respeto que merecen, hasta con cariño, que sólo puede provenir de su conocimiento.

El diseño se rige por una serie de principios como equilibrio, contraste y ritmo, principios básicos que también gobiernan el uso tipográfico, si bien es cierto que el diseñador no debe limitarse a la aplicación simple de dichas reglas repitiendo técnica, sino experimentar con ellas, buscando su propio lenguaje. Pero para que esta experi-

mentación sea efectiva, es imperativo conocer los orígenes, que serán la fuerza de base para la creatividad.

La relación de espacios, que deben estar equilibrados para que el todo sea un ente armónico: espacio entre letras, entre palabras y entre líneas, sin los cuales aparecería la composición como un bloque amorfo.

Al elegir un tipo se debe considerar el equilibrio entre el espacio interior de algunas letras y el que hay entre ellas, cuyo contraste o semejanza va a constituir la estructura física del texto.

El espacio entre palabras es el que las identifica y las hace legibles produciendo las pequeñas pausas necesarias en la lectura. Es importante considerar el espacio entre líneas, interlineado o regleta, originado por una regleta de plomo que se utilizaba para separar una línea de otra.

(43) Gasch Manuel, Op. Cit., pp. 36





#### 4.5 Desarrollo y aplicación del logotipo "Pueblo Mexicano".

El parque de diversiones Six Flags México, cuenta con 7 diferentes áreas de entretenimiento las cuales están tematizadas con diferentes países que presentan su cultura en base a la arquitectura, planeación de diseño gráfico, juegos mecánicos con nombres de la cultura del país y tiendas que ofrecen artículos representativos de la cultura.

Six Flags México como parque Internacional mantiene al visitante en un ambiente de fantasía y diversión. Cabe mencionar que el mayor interés de éste es lograr que el visitante se sienta como en su casa y para eso es importante lograr que el área tematizado como el Pueblo Mexicano sea el más importante.

El interés de poder desarrollar la ilustración para el diseño gráfico de éste concepto me indica que toda interpretación deberá ser clara y precisa en base a la cultura mexicana sin perder el estilo del concepto de un parque de diversiones y cumplir con todo tipo de características y estructuras que me permitan expresar a nuestra cultura de manera visual y representativa para cualquier aplicación, por ejemplo; señalizaciones, promocionales, souvenirs, carteles, folletos, etiquetas, papelería, etc.

Mi propuesta es realizar un logotipo para la señalización de un de los Pueblos (sección) del parque de diversiones Six Flags México. El Pueblo Mexicano dentro de la empresa es el más importante en su imagen en el parque de diversiones. Se buscará lograr y expresar a la cultura mexicana a través de dicha imagen con resultado óptimos para su proyección e interpretación.

Dentro del proceso de realización, también es importante tomar en cuenta que esta empresa sufrió un reciente cambio de imagen debido a que anteriormente era una empresa mexicana y ahora pertenece a Estados Unidos y a la Warner (dibujos animados, ej. Pato Lucas, Bugs Bonny, Taz, etc.), mismo que se ha convertido en un parque internacional y que la imagen ya no es específicamente nacional, sin embargo la importancia de mantener nuestra cultura reflejada en esta empresa es esencial para el visitante, podrá sentirse en confianza y a la vez el nivel de servicio es de mejor calidad y seguridad, el profesionalismo de la dirección general y la experiencia en mantener este tipo de empresas en los primeros lugares nos permite explotar a nuestra cultura como una de las más importantes a nivel mundial.



Los elementos de más importancia que se deben tomar en cuenta en el logotipo son las familias tipográficas, el color, la textura y la serie de formas que serán aplicadas. Adecuándolos a los objetivos esenciales del logotipo, buscando siempre el mensaje positivo sin olvidar a quién va dirigido.

El concepto principal al que se ha llegado después de esta propuesta gráfica, tanto cultural, familiar, divertida, mágica y expresiva ha sido gracias al análisis general del parque. La clase social y las edades del visitante es de suma importancia para poder transmitir el concepto perfilado y la riqueza en su imagen.

Podemos retomar la información antes mencionada en el capítulo III sobre las secciones, clasificaciones, servicios, características del parque, etc. para llegar a la solución de la imagen en su totalidad.

Por último, independientemente de dar a conocer esta institución dedicada a la familia mexicana, es importante crear en el visitante lo importante que puede ser nuestra cultura en un parque de diversiones con carácter animado en toda su expresión.

El diseñador gráfico aprenderá la importancia de la identidad gráfica (el logotipo) en un parque de diversiones internacional y su aplicación en la ilustración sin perder el detalle y su ardua elaboración conservando así el concepto cultural mexicano.

#### 4.5.1 Formato y Reticula.

En cuanto al formato, este será un rectángulo horizontal, debido a la aplicación del logotipo para la señalización del pueblo. Por la facilidad y rapidez en su lectura y retención visual el formato horizontal es la mejor opción para señalización.

Una vez que se definió como será resuelto el logotipo en cuanto a formato se refiere, precederemos a definir el rectángulo que será obtenido a base de un rectángulo dinámico con el procedimiento geométrico y matemático aunque a mi consideración el geométrico cuenta con las características más puras de diseño que el matemático, lo cual no quiere decir que este sea malo, de cualquier forma lo obtendremos por ambos procedimientos, aunque en los logotipos no es muy estricto o forzoso el uso de retículas y estructuras, estas son importantes para dividir cualquier espacio de diseño, obteniendo una mejor composición equilibrada y armoniosa transmitiendo así el contenido exacto del concepto.

En este caso como se busca que el logotipo cumpla su cometido en todos los aspectos, será importante que cuente con una proporción adecuada de los elementos de que estará compuesto.





La red que se eligió por sus características es sencilla ya que ésta contiene características propias de la estructura, así como también la considero una red que proporciona mucha libertad y es fácil de adaptar a cualquier tipo de formato para señalizaciones, mismas que en el parque Six Flags México manejan en diversas proporciones dependiendo del espacio donde lo coloquen y el área visible adecuado.

El tamaño donde será elaborada la ilustración del logotipo con la técnica mixta, acrílico y pastel será esta manera. Más

adelante se mencionará el proyecto donde será aplicado el logotipo dentro de las instalaciones del parque de diversiones Six Flags México.

Medidas: 37.5 x 54.5 cms. / soporte

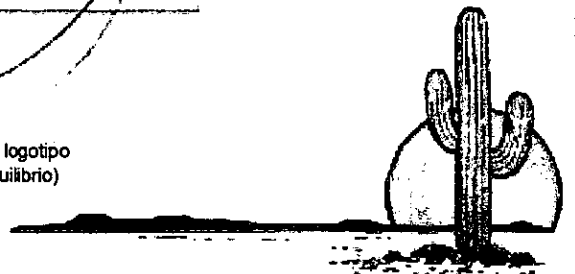
Papel para técnica de pastel.  
CANSON

Pasteles duros / barras. CONTE

Acrílico. Politec



\* Justificación de diagramación del logotipo  
\* "Pueblo Mexicano" (piezas en equilibrio)

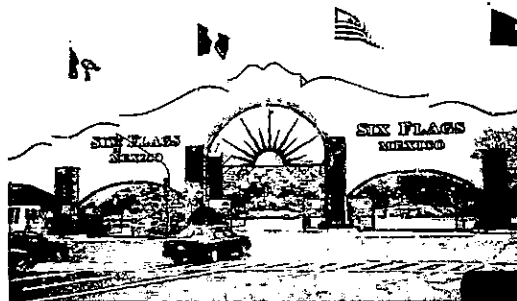


#### 4.5.2 Imagen.

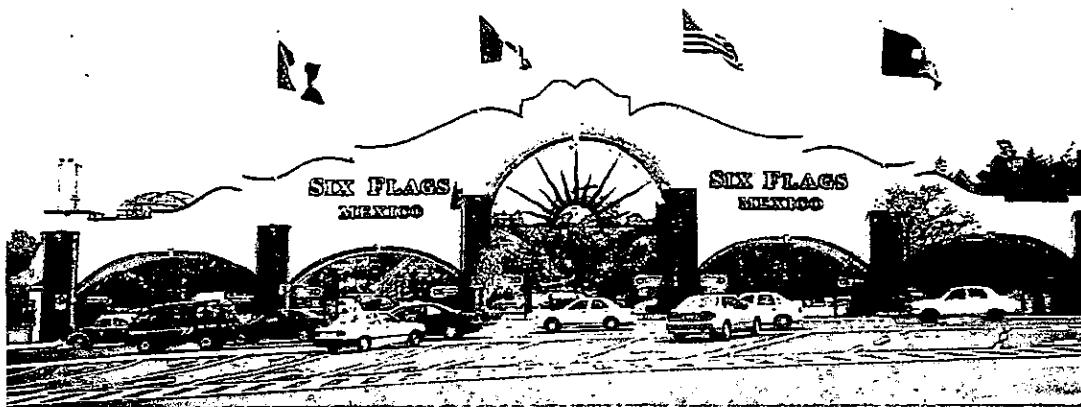
Este punto es el más importante, ya que en él encontramos el elemento principal de la elaboración del diseño y su análisis de estructura.

Uno de los elementos que integran al logotipo son los arcos, estos fueron retomados en base a la estructura arquitectónica del parque (exterior-entrada) misma que está hecha en base a arcos de la arquitectura mexicana (haciendas, ranchos, etc.).

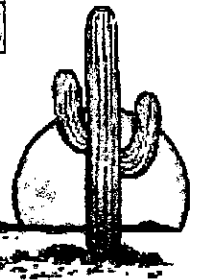
Nos ayudará a obtener mejor el conjunto del logotipo como el elemento central del diseño.



\* Fotografía 1 de los arcos de la entrada del parque Six Flags México. Entrada central vista de frente, distancia lejana.

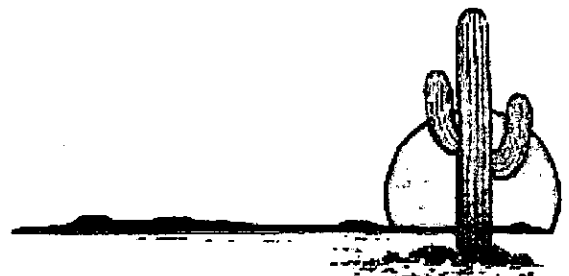
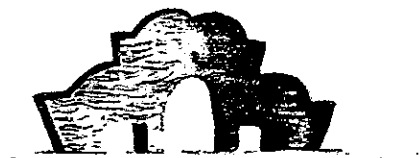
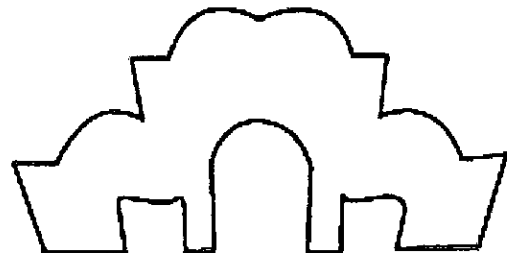
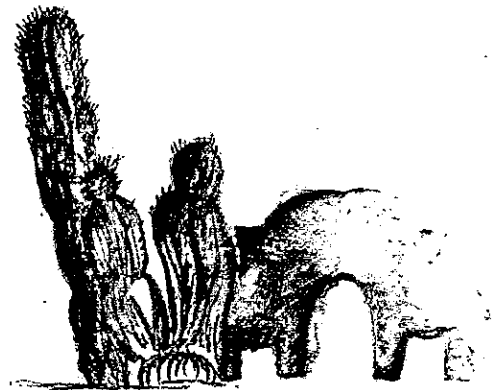


\* Fotografía 2 de los arcos de la entrada del parque Six Flags México. Vista completa de frente de la entrada de arcos.



## BOCETAJE

Después de un análisis sobre la estructura arquitectónica del parque Six Flags México es importante pasar al proceso de bocetaje e investigar los elementos que integrarán el logotipo sin romper el estilo de un parque de diversiones y el concepto de la cultura mexicana. El estudio de la imagen proyecta dinamismo, diversión y cultura.



#### 4.5.3 Color y Tipografía.

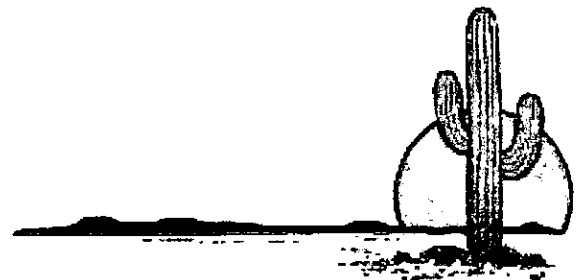
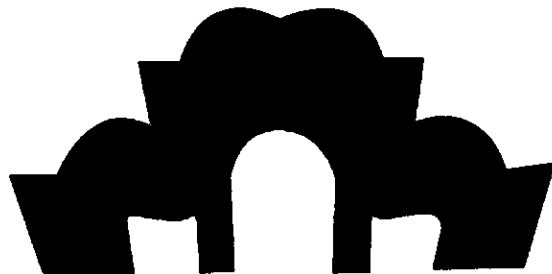
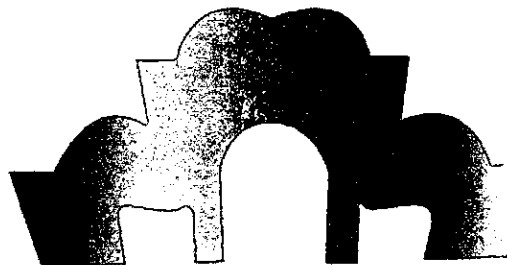
En cuanto a color, podemos mencionar que la ilustración y el logotipo fueron realizados en colores totalmente proyectados en base a la cultura de México (verdes, rojos, anaranjados, amarillos, cafés, negro y sus combinaciones), logrando con estos atraer la atención de la familia mexicana (visitantes) de una forma positiva, alegre, dinámica, llamativa y armónica sin caer en la saturación que cansen la vista del que lo observa, su aplicación es en degradado con textura horizontal logrando el aspecto de piedra sin perder las luces y los reflejos de ésta, no olvidarnos de la tipografía y su ubicación geométrica, en las cuales su integración es de gran importancia para apoyar el mensaje y el concepto.

El apoyo de sombras logran que el diseño tenga proyección de planos y dimensiones que permiten de éste hacer una imagen agradable y semireal, misma que será aplicada con un ligero desfase para crear diferentes planos.

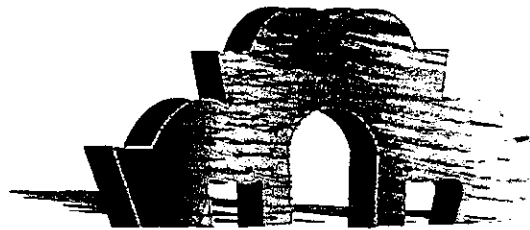
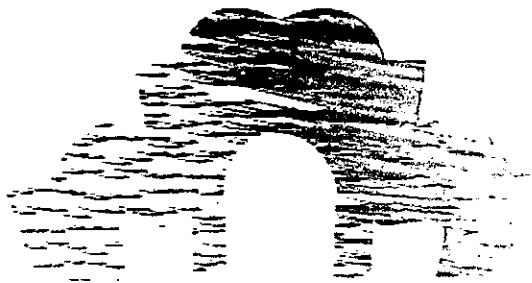
Es importante mencionar el juego de colores utilizados para la tipografía misma que logra resaltar el nombre del Pueblo Mexicano, se ocuparon 3 diferentes niveles de color.

Se mostrarán las diversas familias tipográficas elegidas con carácter colonial (mexicano) para su aplicación, ésta será circular envolviendo a la imagen (los arcos) y dar un dinamismo a toda la estructura.

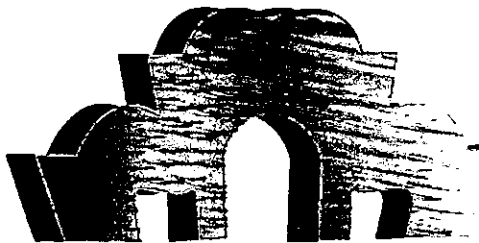
#### COLORES APLICADOS:



Las texturas, dependiendo el sentido donde están direccionadas darán un mejor detalle para poder resaltar la forma y el color de la imagen.



#### IMAGENES EN CONJUNTO.



Como mencioné antes, la tipografía que se eligió para darle dinamismo a los elementos gráficos que conforman el logotipo fue necesario seleccionar de una serie de tipografías con carácter cultural mexicano con el cuidado de no caer en lo tradicional, demasiado detallado y estereotipados ante la publicidad cotidiana.

La tipografía elegida para este logotipo fue la «Hobo Regular», la cual es dinámica y no exagerada, no estereotipada, con formas que expresen dinamismo, carácter y relación con los elementos que integra el logotipo.

Para especificar el sentido de la luz en base al ángulo donde está el objeto, la sombra logrará dar ese efecto y la imagen retomará un sentido más específico en base a la proyección.





El conjunto de los elementos gráficos nos expresa sencillez y dinamismo en su composición. El encabezado integra a los elementos gráficos (los arcos, las sombras, la tipografía inferior, los colores, etc.) en forma semi-circular con mayor peso y énfasis visual con carácter mexicano.

Su aplicación es circular y sus colores transmiten la sensación de un Pueblo Mexicano por la combinación y dinamismo en su expresión.

El elemento circular fuera de objetos apoyados en una base visual nos expresa compositivamente la integración gráfica del diseño.

**PUEBLO MEXICANO**

Tipografía \*Hobo Regular

**PUEBLO MEXICANO**

Tipografía \*Gloucester MT Extra Condensed Regular



**PUEBLO MEXICANO**

Tipografía \*BadlociCG Regular

**PUEBLO MEXICANO**

Tipografía \*Braggadocio Regular

Otro detalle importante de mencionar del logotipo es la creación tipográfica del nombre de la empresa. Cada dibujo que lo conforma se partió de los elementos culturales de Mexico sin romper de éste la proyección gráfica de dinamismo y jugueteo de tipografías clásicas en su formas y colores de nuestro país.

**PUEBLO MEXICANO**

Tipografía \*Harrington Regular



**PUEBLO MEXICANO**

Tipografía \*Khaki Two





Este logotipo se compone de tres diferentes estilos tipográficos: *Hobo* (Pueblo Mexicano), Tipografía Diseñada (Six Flags) y finalmente *Futura* (en la palabra México).

El nombre de México en la parte inferior central apoya a los otros elementos gráficos de la composición, considerando que sirve de refuerzo manteniendo un apoyo y soporte visual sin dejar que nuestra composición se caiga o que cualquier elemento este fuera del espacio.

## MEXICO

### 4.6 Propuesta Gráfica.

El resultado del logotipo para el "Pueblo Mexicano" del parque de diversiones Six Flags México cumple con la misión de proyectar a la cultura mexicana como tema principal para una interpretación gráfica.

Cada elemento ha sido elaborado con detalle y estudio integrando los elementos de manera compositiva para sus diferentes aplicaciones dentro de las instalaciones del parque misma que logrará proyectar al visitante el ambiente mexicano en la rama de la diversión, fantasía y magia.



\* Logotipo del Pueblo Mexicano del parque de diversiones Six Flags México. Se muestran dos diferentes aplicaciones de fondo como soluciones de color para futuros soportes.

Una de las propuestas de producción para la aplicación del logotipo dentro del parque Six Flags México será la señalización, misma que será colocada en la entrada principal del parque donde está situado el Pueblo Mexicano.



En el apartado de la forma y retícula, se especificaron las técnicas y tamaños como se realizó la ilustración del logotipo.



\* Ilustración del logotipo del Pueblo Mexicano en técnica mixta: Pastel y Acrílico.

El parque de diversiones Six Flags México está estructurado con diversos departamentos administrativos para poder llevar un control y calidad en la empresa. Uno de los departamentos más importantes dentro del parque el que será nuestro tema a continuación es: LA GERENCIA DE IMAGEN.

En éste departamento su misión es "Crear una imagen al público y lograr que el visitante tenga una sensación real del lugar como se pretende proyectar".

Se encargan de controlar, supervisar, realizar y colocar las propuestas de señalización para el parque, mismas que son

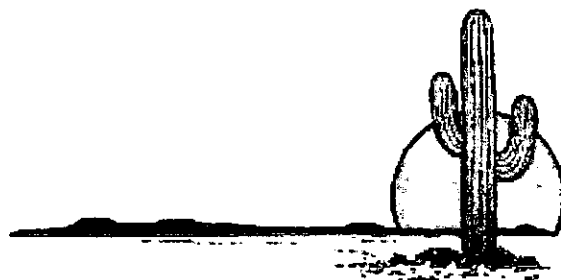
autorizadas por la Dirección General. Esa autorización pasa a manos del presidente del parque ya que es de suma importancia cuidar los detalles y elementos que integra el proyecto para no perder la imagen de la empresa ante el visitante.

Ya autorizada la propuesta del logotipo del "Pueblo Mexicano" se preparará para su producción en diferentes materiales, herramientas y aplicaciones que son importantes para obtener el logotipo real y aplicado en un letrero que se colocará en el sitio indicado.

Para saber un poco más de las diferentes técnicas y materiales existentes aplicadas a la señalización, se llevó a cabo una entrevista con los empleados del parque.

Los materiales son traídos de Estados Unidos (Oklahoma) los cuales se ocupan también en sus parques de diversiones de todo el país y el mundo, ejemplo: Disneylandia, Six Flags, Magic Mountain, etc.

Ahora México es uno de los países que trabaja con materiales de mejor calidad para la señalización de un parque de diversiones.



Materiales para la producción de señalización y otras aplicaciones en la proyección de imágenes reales.

\* Foom (espuma para tallado, relieves, texturas, acabados, marcos, soportes y otras aplicaciones).

\* NVO (material para obtener relieves).

\* Vinil (letreros, anuncios y rótulos)

\* Soportes: Madera o Karvine Foom

\* Apoyo de técnico de computación.

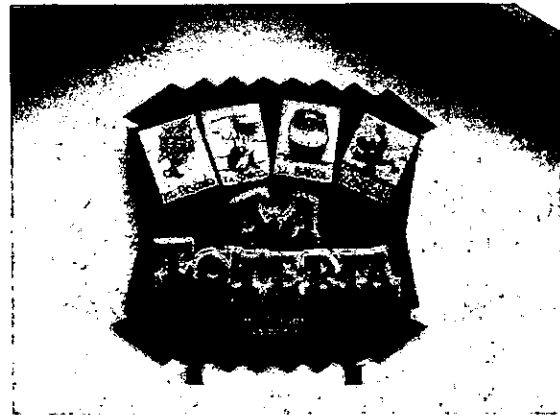
Programas: Corel Draw, Photoshop e Illustrator. Se realizan los diseños e ilustraciones y la salida de impresión para pasar al proceso de ploteo, cortar y pegar (dummies).

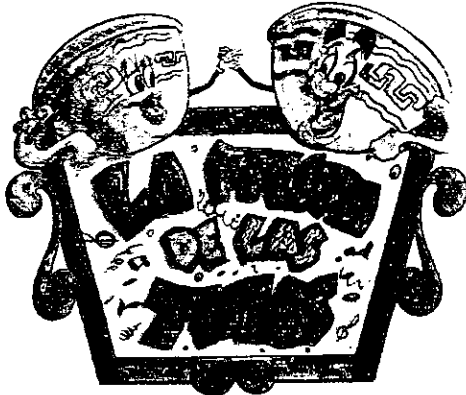
El costo de la producción es variable e ilimitable. Se pueden aplicar muchos colores, materiales, bocetos, técnicas, etc. El presupuesto de los proyectos no es limitado ya que la empresa cuenta con la suficiente economía para apoyar a todos los departamentos de la empresa.

Medidas Standar para las señalizaciones: 2mts x 2.20 mts.

No existe el formato cuadrado como final. La empresa estipula un reglamento dentro del depto. de imagen y se le pide evitar el formato cuadrado o rectangular, los proyectos deben de tener en el soporte diferentes aplicaciones de contornos, garigoleos, remates en las esquinas, etc.

Ejemplos de bordes aplicados en señalizaciones dentro del Pueblo Mexicano (Six Flags México)

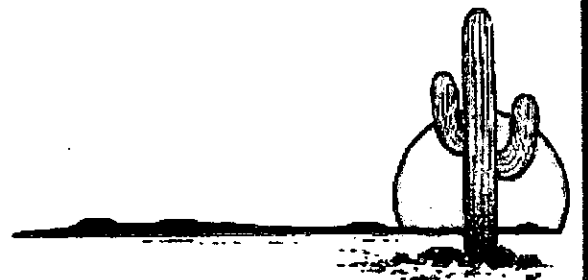




Para concluir este apartado considere que el proyecto de una ilustración no sólo es su realización gráfica o el resultado visual que pueda tener en pantalla, impresión o técnica aplicada. Más que eso es el resultado que pueda tener en el final de la reproducción real.

Si el resultado de la producción es óptima podemos decir que el espectador observará un elemento dentro de un espacio (ej. un parque) que sentirá la sensación de experimentar lo que el anuncio le quiere decir, tal vez una invitación a participar, a comprar, a divertirse, etc. toda interpretación que la imagen proyecte con buena calidad y concepto.

Con este proyecto pretendo señalar que existen diversas posibilidades y aplicaciones para su uso. La señalización es uno de los elementos optativos para su producción real dentro de un parque de diversiones.





## CONCLUSIONES

En nuestros días la comunicación ha crecido de una manera increíble por la necesidad de manifestar nuevas ideas y funciones a través de los medios de comunicación y su visualización de venta, necesidades cotidianas que el individuo requiere para su desarrollo y evolución.

Este proyecto ha sido desarrollado por una de esas tantas necesidades de comunicación, la identidad gráfica como primer término que a través de éste, su estructura manifiesta diferentes escalas y áreas para llegar a cierta funcionalidad.

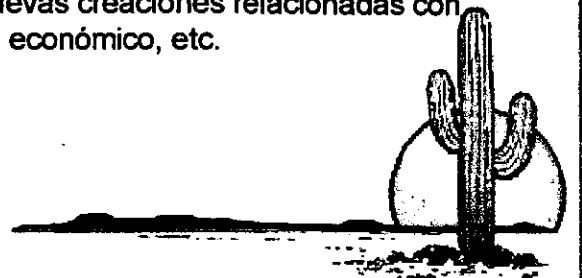
Se retoma como tema principal y análisis social a la cultura mexicana en sus diversas aplicaciones dentro de los sectores de entretenimiento y diversión. El parque Six Flags México es una empresa extranjera colocada en el primer lugar de todos los parques de diversiones en América Latina. Six Flags México en mi elección es el tema donde arranco mi desarrollo para proponer dentro de ésta sus diferentes funciones de comunicación. El Pueblo Mexicano es una de las secciones que escogí para proponer la imagen de su logotipo con carácter cultural mexicano en la aplicación de señalización que se dirige al público con carácter familiar en sus diversas edades dentro del nivel medio alto y alto.

El inicio de este tema arranca con uno de los maestros de la comunicación en la rama del diseño y sus diferentes evoluciones históricas y vanguardias que han logrado de una imagen un arte en su proyección visual.

M. McLuhan, quien marca el proceso histórico y los efectos negativos que nos conlleva al "Diseño".

Nos menciona que el diseñador gráfico se encarga de interpretar o traducir el mensaje de su cliente al público objetivo (receptor) cualquier idea en una serie de etapas ordenadas para obtener un resultado óptimo.

Dicho análisis ha permitido entender los procesos que el diseño ha manifestado en su historia y surgimientos de nuevas necesidades para comunicar y pasar de una etapa fría a una etapa cálida en su proyección de ideas y nuevas creaciones relacionadas con las transformaciones sociales a nivel cultural, político, económico, etc.



Cabe mencionar que dentro del campo de trabajo la importancia del diseño y la comunicación visual se percibe en los campos de las relaciones humanas, las empresas, instituciones y corporaciones, las diferentes culturas y los individuos en general. El crecimiento dentro del campo de trabajo para el diseñador ha crecido de tal manera que su servicio es competitivo en sus diversos sectores, mientras el público crece, crece la necesidad de seguir creando ideas y empresas que se han especializado en satisfacer las necesidades de los creativos.

Dentro de las áreas del campo de trabajo existe la identidad gráfica. Es identificar a alguien o algo a través de un nombre y otros con un gráfico, así como el hombre se identifica con su huella o firma, el creativo identifica su diseño de manera estructural y organizada con la Identidad Gráfica, esta identidad surgió de las primeras sociedades cuando los clanes anunciaban con imágenes grabadas sus propiedades al igual que la escritura.

En la sociedad actual, compuesta por consumidores en sus diferentes lenguas, tipos, clases, niveles, etc. la necesidad de identificar ha sido de suma importancia misma que podemos llamar "marca". La marca es responsabilidad del diseñador evitando todo error de interpretación. Gracias a este elemento nos permite llevar nuestra identidad a todos los campos internacionales mismo que logra colocarse en la mente del público y mantenerla ahí logrando que éste sea parte de sus actividades cotidianas y otras necesidades.

Así como la identidad es parte primordial de un creativo de la misma manera es importante saber como se llevará a cabo dicha creación en la gama de diversas aplicaciones. La ilustración como encabezado principal del proyecto ha sido la materia de mi elección para representar y ver soluciones gráficas en la creación del logotipo "El Pueblo Mexicano".

No obstante la ilustración también ha sido parte de la historia de una manera extraordinaria a través de sus diferentes etapas como fue expresada, misma que ha evolucionado y su necesidad de dividir las técnicas que la representa son parte de su esencia.



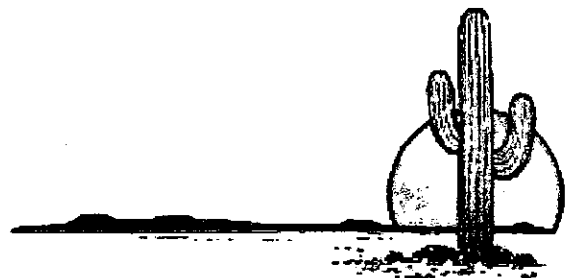


La ilustración en México ha sido parte de los cambios y transformaciones que nuestro país atravesó desde el México antiguo hasta la actualidad dentro de todos los temas sociales a nivel político, religioso, cultural, económico, tecnológico, etc.

El estudio y análisis de éste proyecto me ha permitido llegar a concluir mi propuesta gráfica (logotipo) con resultados óptimos en su función gráfica aplicada en la ilustración subdividida en dos técnicas: pastel y acrílico. Al mismo tiempo que el logotipo logró expresar con sus diferentes elementos compositivos a la cultura mexicana como la rama principal del desarrollo; los colores, la tipografía, la composición, el equilibrio, las formas, los elementos gráficos dentro del principal, fueron parte del resultado llevándolo a que su percepción sea la adecuada al público meta dentro del ambiente de entretenimiento, diversión en un núcleo familiar.

Para concluir, cabe mencionar que la realización del logotipo del "Pueblo Mexicano" ha sido satisfactoria, mismo que podrá ser aplicado en diferentes soportes. En el último apartado del proyecto menciono que el logotipo será colocado en un soporte rígido "Foom" con el cual se realizará el señalamiento dentro del parque en el área del Pueblo Mexicano (entrada).

Ha sido grato para mi saber lo que podemos hacer a nivel creativo junto con la materia de Ilustración y de la Identidad Gráfica para nuestra cultura mexicana. Con un diseño y un tema que nos relaciona a todos los mexicanos los resultados en la proyección del diseño gráfico me permiten convencerme que podemos interpretar o traducir mensajes de lo real a lo irreal de manera agradable en su máxima expresión a través de sus diferentes planos y estructuras que la conforman, sin importar las razas, culturas, lenguas, etc., sólo para obtener imágenes que nos permitan evolucionar con ellas y dejar huella en su interpretación creativa.



PUEBLO MEXICANO

A black and white line drawing of a stone archway structure, possibly a gate or entrance, with a smaller archway below it. The drawing uses cross-hatching and solid black areas to create texture and depth.

SIX FLAGS<sup>®</sup>  
MEXICO

PUEBLO MEXICANO

A black and white line drawing of a stone archway structure, identical to the one in the top image, featuring a main arch and a smaller one below it.

SIX FLAGS<sup>®</sup>  
MEXICO



**BIBLIOGRAFIA**

- \* Cirlot, Juan Eduardo; DICCIONARIO DE SIMBOLOS; Nueva Colección Labor, Barcelona, 1988; pp. 480
- \* Costa, Joan; IMAGEN GLOBAL, Enciclopedia del diseño; CEAC, Barcelona, 1989; pp. 293
- \* Costa, Joan; IMAGEN GLOBAL, Evolución del diseño de Identidad; CEAC, Barcelona; 1987; 2a. edición; pp. 260
- \* Costa, Joan; IMAGEN CORPORATIVA, Evolución del diseño de Identidad; CEAC, Barcelona; 1987; 2a. edición; pp. 260
- \* Chev, Alier Jean; DICCIONARIO DE LOS SIMBOLOS; Herder, Barcelona; 1986; pp. 107
- \* Eco, Humberto; COMO SE HACE UNA TESIS; Gedisa, México; 6a. edición; 1984; pp. 267
- \* Becerra Prado, Gonzalo; Gómez Marín, Mauricio; ILUSTRACION EN SCRATCH (Técnicas y materiales), México, UAM, 1991; p. 47
- \* Berlo, David K.; EL PROCESO DE LA COMUNICACION, 6a. edición; México, Ed. El Ateneo; 1985
- \* Ferrer Rodríguez, Eulalio; COMUNICACION Y COMUNICOLOGIA; México, Ed. Eufesa; 1982, pp. 120
- \* González Torres, Luis Ignacio; LA IMAGEN COMO ELEMENTO DE COMUNICACION; México, UAM, 1995
- \* Hughes, Rose Marie; LA EVOLUCION DEL ALFABETO (Introducción del arte de la caligrafía), 2a. reimp.; México, UAM, 1992; pp. 46
- \* Martínez Serrano, Manuel, et al.; TEORIA DE LA COMUNICACION, 2a. edición; México, UNAM, 1991; pp. 277
- \* Radice, Judi; MENU DESIGN, New York, Ed. PBC International, 1985; pp. 250
- \* Watzlawick, Paul; TEORIA DE LA COMUNICACION HUMANA, 4a. edición, Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo; pp. 258
- \* Pinillos Suárez, Pedro J.; LA EMPRESA INFORMATIVA, Ed. del Castillo, Madrid, 1975; pp. 542
- \* Kleppner's, Otto; MANUAL DE PUBLICIDAD; Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., 9a. edición, México; pp. 687
- \* Scott, Robert Gilliam; FUNDAMENTOS DEL DISEÑO, México; pp. 350
- \* Munari, Bruno; ARTISTA E DESIGNER, Buenos Aires; pp. 250

