



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

*Escuela Nacional de Artes Plásticas*

**"Revista Viva Basquet"**

***Ilustración de los segmentos: Top-10, Encestando y  
Ciberbasquet.***

*Tesis que para obtener el título de:  
Licenciada en Comunicación Gráfica.*

*Presenta*

***Jenny Silva López***

***Director de Tesis: Maestro. en A. V. Francisco Plancarte Morales***

***Asesor de Tesis: Maestra en A.V. Ariadne García Morales***

287265

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.

# CONTENIDO

Introducción . . . . .	0
------------------------	---

## Capítulo I

Comunicación y Diseño . . . . .	1
---------------------------------	---

<b>1.1 Definición de Comunicación</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2 Teorías de la Comunicación</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Definición de Diseño gráfico</b>	<b>6</b>
<b>1.2.1 Elementos del diseño</b>	<b>6</b>
<b>1.2.2 Áreas y Campos del diseño</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Diseño editorial</b>	<b>11</b>

## Capítulo II

Ilustración . . . . .	14
-----------------------	----

<b>2.1 Definición de ilustración</b>	<b>14</b>
<b>2.2 Antecedentes e historia</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Historia de la ilustración</b>	<b>15</b>
<b>2.3.1 Desarrollo de la ilustración en México</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Géneros de la ilustración</b>	<b>24</b>
<b>2.4.1 La ilustración de revistas</b>	<b>24</b>
<b>2.5 Técnicas de ilustración</b>	<b>24</b>
<b>2.6 Materiales de ilustración</b>	<b>33</b>

## Capítulo III

Revistas Deportivas . . . . .	33
-------------------------------	----

<b>3.1 Definición de revista</b>	<b>33</b>
<b>3.2 Antecedentes</b>	<b>33</b>
<b>3.3 Parámetros generales para la realización de una revista</b>	<b>40</b>
<b>3.4 Géneros de revistas</b>	<b>41</b>
<b>3.5 Viva Basquet</b>	<b>42</b>
<b>3.6 Competencia</b>	<b>45</b>

## Capítulo IV

Propuesta gráfica . . . . .	43
-----------------------------	----

<b>4.1 Requerimientos</b>	<b>43</b>
<b>4.2 Elección de la técnica</b>	<b>50</b>
<b>4.3 Desarrollo de las secciones Top-10, Encestando y Ciberbasquet</b>	<b>52</b>
<b>4.3.1 Top-10</b>	<b>52</b>
<b>4.3.2 Encestando</b>	<b>56</b>
<b>4.3.3 Ciberbasquet</b>	<b>61</b>

Conclusiones . . . . .	64
------------------------	----

Bibliografía	
--------------	--

*“Las palabras entrañan una imagen, lleva consigo el símbolo de lo que alude. Toda narración es un bosque de imágenes, una cadena de emblemas y alusiones que origina su representación imaginaria. Leer no es otra cosa que ver con los ojos de la imaginación. Y una antigua y afortunada tradición libresca, que se remonta a los primeros impresores, decidió enfatizar con ilustraciones provenientes de pintores y grabadores las imágenes contenidas en aquello que las sociedades han venido fabulando desde que el libro apareció. Imágenes de imágenes doble ejercicio de representación...”*

*Jorge Luis Borges.<sup>1</sup>*

Hoy en día es evidente que el ser humano se encuentra desde muy temprana edad ante una gran carga visual y es esta exactamente la intención de cualquier organización lucrativa y no lucrativa que desea salir de las demás con sus productos o servicios a través de mensajes, para que estos a su vez sean adoptados o consumidos. Así como lo menciona *Bruno Munari*, en su libro de Diseño y comunicación visual: *“El sistema necesita de los mensajes para su funcionamiento. La difusión, tal como la viven y padecen hoy los distintos sectores de la población, es un producto necesario de la sociedad industrial (...)”*<sup>2</sup>

Por si esto fuera poco, los medios cada vez son más accesibles al grueso de la población por lo que nos encontramos constantemente estimulados para recibir dichos mensajes. Además de que los impresos, la radio, televisión, y el internet entre otros, son indispensables para sobrevivir en esta sociedad moderna que avanza sorprendiéndonos a cada momento

Este fenómeno nos permite ver que las áreas que se encuentran íntimamente ligadas con la comunicación, se han vuelto imprescindibles, mencionando así al diseño, cuyo objetivo es integrar a la gráfica, a la imagen justificada al mensaje a comunicar, el diseño se inmiscuirá en cualquier medio que le permita cumplir su cometido, llamase este, audiovisual, multimedia o impresos como periódicos y revistas, sólo por mencionar

unos cuantos. Dentro de esta competencia que diversas organizaciones encaran para ser reconocidas, encontramos grupos de consumidores bien definidos e identificados en temas concretos, que a su vez se ramificarán en temas exageradamente específicos, esto es: Hoy ya podemos encontrar algún artículo, producto o servicio que se dirija a jóvenes de 22 años de edad, que estudien el nivel medio superior, que gusten del rock y practiquen el basquetbol.

Por otra parte el comunicador gráfico tiene la responsabilidad de lograr el objetivo de comunicar a través de la estética pero sin olvidar la funcionalidad del proyecto. Podemos ver de manera más tangible la trascendencia del diseñador cuando se mencionan proyectos como: *El cartel de invitación a la lectura, El derecho de los niños y las niñas, Promotores del deporte*, etc. Proyectos que impulsan la cultura y a una mejor calidad de vida para la sociedad.

Hablando del deporte pensemos en la enorme cantidad de información existente no en nuestro país sino en el mundo, es un rubro muy concurrido y por ello recurrido. Esto es evidentemente positivo ya que el deporte en su mayoría resulta ser una actividad que permite una mejor calidad de vida en la persona que lo ejerce; encamina la energía de los jóvenes hacia el trabajo en equipo, la constancia, la perseverancia, la honestidad, entre muchos otros valores. La meta de que los jóvenes dirijan su vida hacia el deporte

1. CNA. *Catálogo de ilustradores*, 1988.

2. MUNARI. *Bruno, Diseño y comunicación visual los elementos del proceso*. G. Gilli. Serie GG Diseño, 1985 Barcelona España. 8a edición, 365p.

no es aislada hoy en día organizaciones de todo el mundo promueve el deporte, así como muchas marcas rescatan esta actividad y publicaciones dirigen sus horizontes al deporte, este es el caso de la revista deportiva *Viva Basquet* una revista con diez años de antigüedad, única revista mexicana dedicada de lleno al tema del baloncesto y encaminada a la población juvenil.

La creación de diseño encaminado al deporte ha tomado gran importancia en esta época actual, sobre todo por la cultura del cuerpo donde este debe de mantenerse en un equilibrio biopsicosocial. El deporte ha hecho que se promueva, desde la práctica del mismo, hasta el consumo de productos y servicios. Mencionando al consumo podemos hablar de *Gatorade, Sprite, Martí, Deporte Ilustrado*, sólo por mencionar una ínfima parte del gran mercado existente. Esto crea por tanto gran demanda de conocedores de la comunicación. La revista *Viva Basquet* por su parte es una publicación mexicana y compite con revistas extranjeras de todo el mundo, se difunde por todo México, parte norte de Sudamérica y sur de Estados Unidos, cada edición cuenta con segmentos que van íntimamente ligados a las necesidades de su público, y que a su vez permiten una estrecha relación con sus consumidores; esto se puede ver claramente en segmentos como: *Top Ten, Viva Basquet*, segmento que ofrece sugerencias musicales acordes con el ambiente que se destila entre los basquetbolistas. *Encestando*, que es otra sección que publica las cartas mandadas por los lectores es un catalizador de las opiniones de los lectores para la revista. Por último y no menos importante tenemos la sección *Ciberbas -*

*quet*, donde se pueden encontrar las direcciones electrónicas de los lectores y la invitación a establecer comunicación entre ellos y mesas redondas a través de internet, hechas con gente del Staff de la revista e invitados nacionales e internacionales expertos en el tema del deporte ráfaga.

La optimización de estos segmentos es eminente ya que tienen que cautivar al lector e invitar a más lectores, además de que son segmentos que se encuentran directamente ligados al lector, son así medidores de ventas, catalizadores de la idea que proyecta la revista a su público lector y son artículos que le confieren versatilidad a la publicación, ya que hay que tomar en cuenta que la naturaleza de este tipo de revistas, es la saturación de fotografías con características generalizadas (*de jugadores en plena acción, fondos oscuros, duela...*).

Es ahora, que realizando este proyecto en donde desarrollo una de las áreas de mi carrera que más disfruto, participo en favor del deporte, promoviendo la revista y los objetivos que esta desea proyectar para que así más jóvenes se integren a esta actividad y desarrollen valores importantes para el desarrollo de nuestra sociedad.

Este proyecto se desarrolla de manera general, a partir de la definición del concepto más importante a tratar, conjunto de otras definiciones especializadas que en mi juicio pueden complementar una nueva definición. Además se busca el eminente apoyo visual, unas veces, imagen fiel de lo que se esta hablando, otras tantas tan sólo como un apoyo visual que facilitará la comprensión de lo que se menciona.



Ilustración de Salem Kreiger titulada: "Sobresair"

# Capítulo 1



Comunicación y diseño

# Capítulo

## 1

### 1.1 Def. de comunicación

Para aprender cualquier concepto que desconocemos recurrimos a libros especializados, es por ello que a continuación se presentan definiciones de libros relacionados directamente al tema para que al final de la exposición de estos se presente la compilación de estos logrando así un concepto más complejo:

Comunicación y diseño

los, palabras, imágenes, cifras, gráficas, etc. El acto o proceso de transmisión es lo que habitualmente, se llama comunicación (Berelson y Steiner 1964).<sup>3</sup>

La comunicación cumple tres funciones principales respecto al individuo: (1) le proporciona un esquema del mundo, (2) Define su posición respecto a otras personas del mundo. (3) Lo ayuda a adaptarse con éxito a su ambiente.<sup>4</sup>

*“La comunicación es la acción por la que se hace participar a un individuo -o un organismo- situado en una época, en un punto R dado, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo -de otro sistema- situado en otra época, en otro lugar E, utilizando los elementos del conocimiento que tienen en común (experiencia vicaria\*)”*

*\*La comunicación puede definirse matemáticamente como el establecimiento de una correspondencia unívoca entre un universo espacio-temporal E emisor y un universo temporal R. El hombre se distingue de los demás sistemas biológicos por la amplitud de su facultad de comunicación, Existe una multitud de modos de comunicación (...).”<sup>1</sup>*

*“El proceso de comunicación es la base de todo lo que llamamos social en el funcionamiento del organismo viviente. En el hombre resulta decisivo para el desarrollo del individuo, para la formación y existencia ininterrumpida de grupos y para sus interrelaciones.<sup>2</sup> Gerbner (1958) la define como la interacción social por medio de mensajes, mensajes que pueden codificarse formalmente, mensajes simbólicos o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura.*

*Una de las definiciones más utilizadas es: Transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc. mediante símbo-*

*En base a estas definiciones llegamos al desarrollo de lo que refiere a concepto de comunicación:*

**Comunicación:** La comunicación no es exclusiva del hombre, pero sí podemos hablar de que el nivel más complejo de la comunicación es manejado sólo por este. “A grosso modo” la comunicación es un intercambio constante y circular de información entre dos o más individuos que manejen el mismo código. Mencionaremos que ésta no se limita a la información verbal, o gráfica; los mensajes que se mandan y reciben muchas veces puede ser enviados inconscientemente. Por lo que hablamos de que la forma de vestir, la forma de actuar, la manera de conducirse en un ambiente social, el color, en fin, todo comunica.

*Proseguiremos presentado los elementos que componen el sistema de comunicación:*

Según diversas teorías, los elementos de la comunicación varían, pero de estos observamos cuatro constantes, estos son: “... la persona que comunica, quien a su vez es quien emite el mensaje, llamada también emisor; la persona que recibe el mensaje, el receptor, el contenido o mensaje y la respuesta, tanto en el emisor como en el mensaje.”<sup>5</sup>



Fig. 1.1 Ilustración de Steve Danino: “La comunicación”

1. FERRERO. Juan José. *La psicología moderna de la A ala Z*, Ediciones Mensajero Bilbao, España, 1975, p.119.  
 2. PAOLÍ. Bolio Antonio. *Comunicación publicitaria*. Ed. Trillas, Serie Biblioteca Básica comunicacional, 1988, México, p.12.  
 3. *Ibidem*, p.16  
 4. RICHARD Ellis & Mc Clintock Ann. *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Ed. Paidós, Barcelona 1990, p119.  
 5. FERRER. Rodríguez Eulalio. *Comunicación y comunicología*, Ed. Eufesa, México 1982. 120p.

Observaremos que un individuo siempre cuenta con una esfera o entorno sociocultural, donde se encuentran, factores naturales, sociales y psicológicos, que conforman la individualidad de cada ser humano, las experiencias personales. Al momento en que este individuo entabla comunicación con otro las esferas interactúan a partir de uno o varios puntos en común, esto permite que en cada contacto aumente la esfera o entorno sociocultural<sup>6</sup>. Así como se presenta en la *Figura 1.2*.

Teniendo de manera breve las definiciones y los elementos que maneja el sistema de comunicación, podemos detenemos y pensar en la gran importancia que tiene ésta para los seres humanos, además de ver que la comunicación más compleja es exclusiva del hombre, podemos concientizar, hasta que punto llega la trascendencia de la misma. A partir de que un individuo nombra un objeto y lo transmite a uno o varios individuos, ese objeto cobra vida y derecho de existencia, la comunicación permite la existencia de lo todo lo conocido por el hombre. Gracias a la comunicación el hombre transmite su historia y esto a su vez nos permite la concientización de nuestro tiempo, y afrontamos nuestro entorno.

La comunicación permite la formación del conocimiento y este a su vez brinda poder a quien la sabe manejar. Para nadie es secreto que los publicistas, mercadotecnistas y diseñadores, entre muchos profesionistas que requieren de un amplio conocimiento en el manejo de la comunicación de masas, ya que esta es la manera de garantizar la efectividad al momento de transmitir el mensaje. Aún cuando más adelante se mencionarán algunas de los más relevantes modelos de comunicación, me parece oportuno mencionar a Innis y McLuhan, ya que estos personajes, postulan la importancia eminente de los mensajes que emiten los medios, ya que condicionan a los receptores a puntos de vista generalizados, aún

cuando muchos sociólogos de su tiempo rechazaron sus postulados, ninguno de ellos pudieron descartarla y lo aceptaron como una influencia latente.<sup>7</sup>

**1.1.2 Modelos de comunicación**

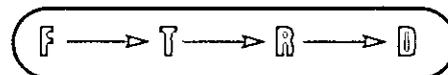
Hemos hablado de la comunicación y de manera esencial, conocemos lo que es y los elementos que la componen, pero aún no sabemos de que manera nos llega la información resultado del proceso de comunicación y por que muchas veces la comunicación no es eficiente, por ejemplo el fracaso de un anuncio publicitario.

Durante los últimos cuarenta años se han realizado diversos estudios acerca de los efectos intrínsecos en el sistema de comunicación<sup>8</sup>. La manera en que se han materializado estos estudios han dado como resultado modelos de comunicación. Existen una gran cantidad de ellos pero los más sobresalientes en cuanto a forma y contenido son:

**El modelo de Shannon y Weaver**

Shannon y Weaver eran dos ingenieros electrónicos, que ahondaron en temas de comunicación como es de suponer. La mayoría de los términos aplicados a este modelo, se relacionan con sus actividades profesionales, este modelo es uno de los más importantes y sincréticos, mismo que por su sencillez ha dado pie a estudios más complejos acerca del tema.

*Una de las características de este modelo es que concibe a la comunicación como una actividad lineal, esto esquematizado se ve así: (Ver figura 1.3)*



\* F=Fuente /T=Transmisor /R=Receptor /D=Destino

De esta manera ellos consideraban que como sucede en los circuitos electrónicos, la transmisión de señales o mensajes requieren

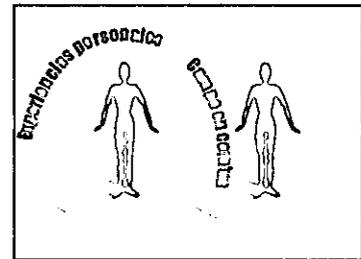


Fig. 1.2 Esquema en donde podemos ver como cuando los individuos interactúan sus entornos socioculturales (esferas) aumentan

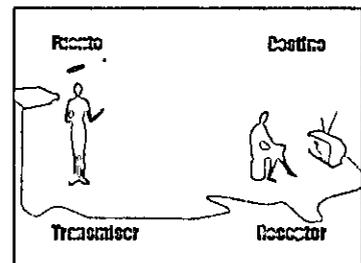


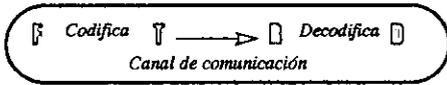
Fig. 1.3 Ejemplo del modelo de Shannon y Weaver, donde la comunicación se representa como una actividad lineal

6.FERRERO. Juan José. *La comunicación*, Ediciones Bilbao, Madrid 1875 p 119.

7. MC Quail Dennis. *Introducción a las teorías de la comunicación de masas*, Editorial Paidós, México, 1993, p130.

8. *Ibidem*, p. 132

de canales de comunicación compatibles entre sí y que utilicen el mismo método para codificar y descodificar.



\* Codificar: Formular un mensaje siguiendo las leyes de un código.  
 \* Decodificar: Desglosar el mensaje siguiendo las leyes de un código.

Asimismo, cuando se emite una señal siempre existe un grado de *estática o ruido*. Así en la comunicación un canal sobrecargado es cuando el receptor recibe un número mayor de mensajes de los que puede descodificar. lo que hace ineficaz la recepción del mensaje. El hombre, sobre todo el hombre contemporáneo ha tenido la necesidad de saber como se maneja la comunicación, como se dirige, como se modifica para los intereses individuales de cada individuo u organización. En base a esto es importante ver que la comunicación no sólo es un mensaje enviado y recibido, es una emisión de mensajes que no siempre son verbales, es decir, gestos, actitudes, colores, mensajes que muchas veces son inconscientes y que pueden contravenir a lo que se dice verbalmente.

Una manera de suavizar los efectos de este "ruido" es la *redundancia* en la comunicación, la redundancia significa, abrir un número mayor de canales de recepción pese a que estos pueden ser inútiles si no existe tantos mensajes, pero de igual forma garantizará el éxito al recibir el mensaje, a la redundancia en la comunicación se le entiende también como la *repetición* de lo que se desea transmitir, esto lo podemos ver en la publicidad, un anuncio contiene dentro de sí el mismo mensaje repetido varias veces de manera escrita, a través de una fotografía, de una ilustración, etc., esto asegura que el mensaje será recibido y descodificado adecuadamente. Podemos ilustrar lo antes descrito a través de un anuncio de *Office Depot*, con el tema del basquetbol. (Ver figura 1.4) Como vemos la redundancia muchas veces

garantiza una óptima recepción del mensaje, pero ¿que sucede con los saludos, las preguntas que marcan las buenas costumbres, el estado del tiempo?, de la misma forma este es otro tipo de *Redundancia*, que si concientizamos no nos sirven de nada en un tiempo inmediato, pero nos permite tener abiertos más canales de comunicación. Esto según Jakobson es denominado: *Comunicación fática*, un ejemplo de la comunicación fática son las conversaciones de etiqueta como la que se expone a continuación:

-¡ Buenos días!  
 -¡ Buenos días!  
 -¿Cómo está usted?  
 -Bien, gracias ¿y usted?...

Esta pequeña conversación de etiqueta para el mundo occidental, no nos dará una gran información de la persona con la que estamos hablando, pero si nos permitirá que después de esto podamos acceder a información que sea valiosa, para cada uno de los individuos, es decir mantener un canal abierto de comunicación como ya se mencionó.

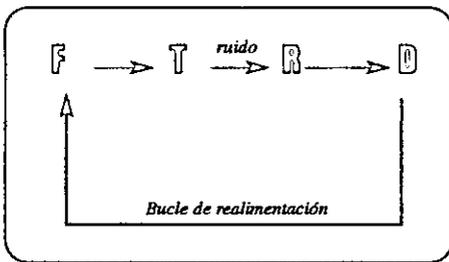
Todos los excesos son malos, una comunicación demasiado redundante puede resultar aburrida y por lo tanto se perderá la comunicación, tal vez no tenga gran trascendencia, pero a nivel publicidad puede significar una pérdida irreparable. Un ejemplo claro de la entropía podría darse si en vez de hablar del tema que nos atañe se empezara a escribir líneas de texto sin sentido, sin relación entre ellas. A diferencia de la redundancia, la entropía confunde al receptor, pero de igual manera y como se puede imaginar, la entropía mantiene cautivo al receptor, llama la atención, sabiendo utilizarla como en muchos medios publicitarios la entropía roba la atención, pero con el cuidado suficiente para que esto no se convierta en un mensaje que por su complejidad al descodificarse sea abor-



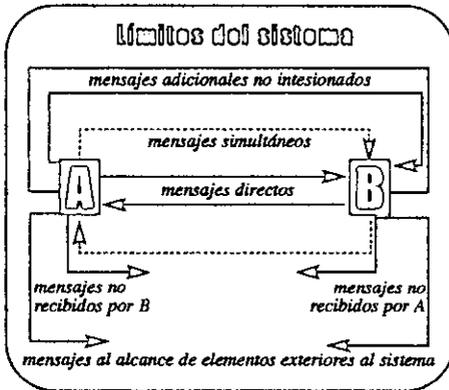
Figura 1.4 En este anuncio podemos observar la repetición de la marca Office Depot tres veces, permitiendo así la relación directa con el basquetbol.

tado y descartado del circuito de comunicación. (Ver figura 1.5)

En el mismo momento en que refiero, ...“y descartado del circuito de comunicación”... inferimos con ello una respuesta de parte del receptor, pero una respuesta por parte del receptor no esta concebida en el esquema de Shannon y Weaver. **Richard Ellis** y **Ann McClintock** aprovechan la simplicidad del modelo de comunicación de Shannon y Weaver, para adicionar a este la capacidad que tiene la comunicación de ser realimentada, dejando el esquema original como se muestra a continuación.



Si a esto se le gráfica la comunicación que llega al receptor de manera accidental la gráfica quedaría así:



Cerca de los años cincuenta aparece un teórico llamado Gerbner, personaje que apporto al modelo de Shannon y Weaver, el hecho de que los individuos, sean emisores o receptores se encuentran en *continua selección de medios* en información recibida y

emitida, lo importante en el modelo de la comunicación de Gerbner es el hecho de concebir a la comunicación no como un simple proceso de transmisión sino también como un proceso selectivo, esto se puede ver más claramente en la siguiente gráfica.



Conforme avanza el tiempo los modelos se complementan y desarrollan, después de Gerbner aparece la escuela semiótica, (cabe mencionar que la semiótica es el estudio de los signos, que a su vez se define como algo que representa otra cosa)<sup>9</sup> a partir de los años treinta en adelante, en donde a diferencia de lo ya establecido se le da importancia al mensaje en especial a su significado; es así como Pierce un teórico americano, propone la relación que hay entre el signo, el objeto al que se refiere y el interprete que da significado al signo su correspondiente gráfica se esquematiza de la siguiente manera: (Ver figura 1.6 y 7)

A partir de este estudio se determina que el significado del mensaje es sólo para quien lo emite, cada individuo tiene una

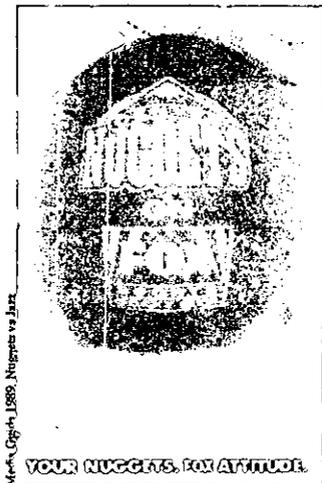


Figura 1.5 Ejemplo de Entropía, llama la atención encontrar la nuca de un jugador de basquetbol con el comercial de su equipo.

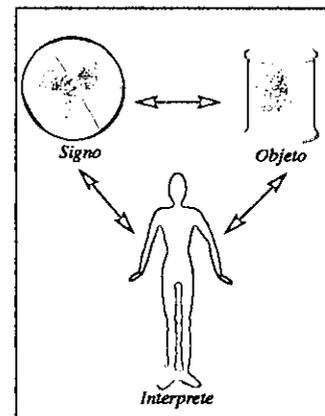


Figura 1.6 Modelo de Pierce

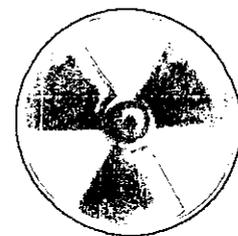


Figura 1.7 Este es un claro ejemplo de signo, pese a que en sí el gráfico no es una imagen en específico, se ha estandarizado su significado a nivel mundial refiriéndose al concepto de radioactividad.

9. Apud. RICHARD Ellis & Mc Clintock Ann. Teoría y práctica de la comunicación humana. Ed. Paidós, Barcelona 1990, p. 96-121.

concepción diferente de las cosas, así el receptor descodificará de manera particular el mensaje emitido y este significado será válido sólo para el receptor. Con lo anterior propone dos tipos de significados, el *significado denotativo*, que es el que se tiene de alguna manera estandarizado, por ejemplo, el símbolo de radioactividad es fácilmente descodificado por la mayoría de la población en el mundo. Por otro lado existe el *significado connotativo*, el que se da de manera individual.<sup>9</sup>

Concienticemos entonces, la importancia de los modelos de comunicación, además de saber la forma en que nos comunicamos, nos explica aspectos del proceso de comunicación, nos permite formular nuevas teorías sobre la comunicación y hasta cierto punto nos permite predecir lo que sucederá en la realidad y nos da pie a la experimentación sobre todo en campos relacionados con la publicidad, como lo es en este caso el diseño gráfico, no como carrera sino como campo de ejercicio, donde *"el control del mensaje emitido es nuestro objetivo y reto a vencer"*.<sup>10</sup>

### 1.3 Definición de diseño gráfico

La Escuela Nacional de Artes Plásticas ha tenido en su historia diversos cambios en las carreras, todo esto encaminado a satisfacer las necesidades que precisan los egresados con respecto a su entorno específico, *Diseño Publicitario, Diseño gráfico, Comunicación Gráfica y Diseño y Comunicación Visual*.<sup>11</sup>

Es necesario mencionar que este proyecto de investigación se realizó con la formación de la carrera de Comunicación gráfica, misma que según los planes de estudio es: *la disciplina que se encarga de la planeación de los elementos y técnicas para la configuración de mensajes en el ámbito visual y se encarga entonces de la transferencia de conocimiento por medios visuales*.<sup>12</sup>

Tiempo después y resultado de las diferentes necesidades que imperan en la época actual se implementó una carrera, fusión de diseño gráfico y comunicación gráfica llamada ahora: *diseño y comunicación visual*, esta carrera tiene como principal objetivo *"el estudio de la aplicación de los recursos metodológicos y el manejo de las técnicas para la producción y la investigación de los vehículos de la comunicación visual"*.<sup>13</sup>

Pero por otro lado tenemos varios libros que nos proporcionan una definición ortodoxa de lo que es el diseño, así como lo refiere *Jon Bowers*: *"El diseño se define comúnmente como la disposición de elementos visuales, hecho fundamental en la creación de las bellas artes y aplicaciones gráficas. Pero diseño también es método, teoría e investigación y es una disciplina importante como creador de cultura, en este sentido el diseño es un puente de entendimiento e interacción entre la gráfica y el espectador. La palabra diseño es a la vez un sustantivo y un verbo, lo entendemos como el producto del pensamiento y el pensamiento mismo. La palabra tiene sus raíces en el verbo italiano disegnare, que significa crear, sea entendido como sustantivo o como verbo, diseño es todo a nuestro alrededor (...)"*.<sup>14</sup>

*"Diseño es en parte la apariencia de las cosas, que resulta del uso de los elementos del diseño, pero una definición más estricta considera a otros aspectos de la forma. Esto incluye la idea y la interpretación de la forma (...) El diseño empieza tangiblemente a través de los elementos visuales, principios de organización y métodos de creación y evaluación de la forma (...)"*<sup>15</sup>

¿Qué une a las carreras mencionadas?, en efecto, es el *diseño*, que de igual manera se ha definido en base a fuentes íntimamente

9. Apud. Op cit. *Teoría y práctica de la comunicación...* p. 117

10. Op cit.

11. *Guía de carreras*, México, UNAM. 1998

12. *Guía de carreras*, México, UNAM. 1990

13. *Ibidem*

14. BOWERS. John. *Introduction to two-dimensional design*. Ed John Wiley & son, Inc. USA, 1988, Introducción y p. 13.

15. Op cit. *Introduction to two...* p. 50

relacionadas con el concepto a investigar. La actividad de diseñar, ha sido siempre nuestra actividad primordial, pero ahora bien, en mi particular punto de vista las definiciones que he proporcionado para las carreras, bien podrían definir el concepto de diseño gráfico, así como las definiciones formales, por tanto se expone la definición resultado de la investigación antes expuesta:

**Diseño:** *Es la disciplina que se encarga del estudio y de la aplicación de recursos metodológicos y el manejo de elementos y técnicas para la producción e investigación de los vehículos de la comunicación visual, transfiriendo por tanto conocimientos por medios visuales.*

### 1.3.1 Elementos del diseño.

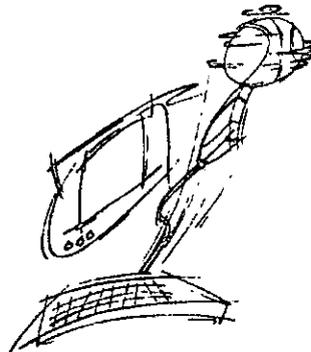
Una vez que tenemos el manejo de lo que es el diseño, tenemos que saber de que se vale para llegar a cumplir su propósito óptimamente, en este caso estamos hablando de los elementos que le permite al diseño lograr el efecto, la intención, el mensaje deseado, también usados en la ilustración, estos son: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento. Materia prima de toda la información visual que está formada por elecciones y combinaciones que van de acuerdo a las necesidades del producto final.

Gran parte de lo que sabemos acerca de la interacción y el efecto de la percepción humana sobre el significado visual se lo debemos a los estudios y experimentos de la psicología Gestalt, pero la mentalidad Gestalt puede ofrecernos algo más que la simple relación entre fenómenos psicofisiológicos y expresión visual. Su base teórica es la convicción de que abordar la comprensión y el análisis de cualquier sistema requiere reconocer que el sistema (u objeto, acontecimiento, etc.) como un todo está constituido por partes interactuantes que pueden aislarse y observarse

en completa independencia para después recomponerse en un todo (...) <sup>16</sup>

**Punto** Es la unidad más simple, irreductiblemente mínima, de comunicación visual. En la naturaleza, la redondez es la formulación más corriente, siendo una rareza en el estado natural la recta o el cuadrado. La primera impresión de cualquier material que tiña sobre alguna superficie la consideraremos como un punto. Un punto siempre tendrá una fuerza especial sobre la superficie en donde este se encuentre. El punto a su vez es una marca que se ha usado desde siempre para la medición y distribución de objetos una aplicación que demuestra la importancia del punto. Cuando los vemos, los puntos se conectan y por tanto son capaces de dirigir la mirada. <sup>17</sup> (Ver. fig 1.8)

**Línea** La unión de los puntos en cuanto a la proximidad de unos con otros forman entre sí lo que podemos reconocer como línea, dicho de otra manera la sucesión de puntos dan como resultado a la línea mientras menos espacio exista entre dichos puntos se concretará más el concepto de línea. La línea tiene entre sus características más relevantes la de conferir direccionalidad, no es estática. Es un elemento esencial de la previsualización, de ahí su importancia en los procesos visuales. La línea es también un instrumento para los sistemas de notación, por ejemplo, para la escritura. En las artes plásticas la encontramos en xilografías, los aguafuertes y las litografías dando siempre diferentes estados de ánimo. <sup>18</sup> (Ver fig. 1.9 y 10)



Jenny Silva/Viva Banquet

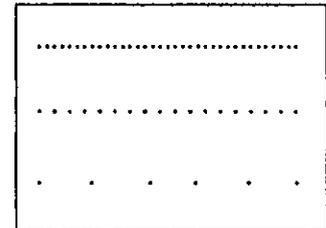


Fig. 1.8 Aquí podemos ver la capacidad que tienen los puntos para guiar al ojo mientras se encuentran más próximos entre sí.

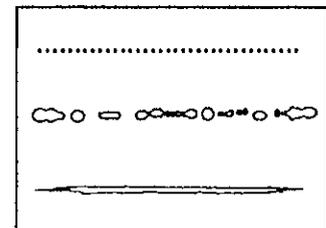


Fig. 1.9 A través de este esquema vemos la transformación de puntos a línea.

Fig. 1.10 En esta ilustración podemos observar la fuerza y dinamismo que puede conferir la línea

16. Apud. *Introduction to two...* p.33

17. DONDIS. Doris. *La sintaxis de la imagen, Introducción al alfabeto visual*, Ed. G Gilli, Barcelona 1982. p.55

18. Op. cit p. 56.

**Contorno** La línea describe un contorno. En la terminología de las artes visuales se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Según menciona el libro La sintaxis de la imagen de Dondis, donde se menciona que hay tres contornos básicos; *el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero*. a estos se les atribuyen distintas connotaciones a veces mediante la asociación, otras inducidas de manera más arbitraria, esto el libro dice: *Si cuadrado se asocian significados de torpeza, honestidad, rectitud y esmero; al triángulo, la acción, el conflicto y la tensión y al círculo, la infinitud, la calidez y la protección*<sup>19</sup>. (Ver imagen 1.11)

**Dirección** "Todos los contornos básicos expresan tres direcciones visuales: el cuadrado, la horizontal y la vertical: el triángulo, la diagonal: el círculo, la curva. Cada una de las direcciones visuales tienen un fuerte significado asociativo y es una herramienta valiosa para la confección de mensajes visuales"<sup>20</sup>. Cuando hablamos de horizontal y vertical son estas, direcciones que resultan inherentes al ser humano, como lo menciona Dondis, "son la referencia primaria del hombre respecto a su bienestar y su maniobrabilidad. En el diseño por ejemplo, la dirección horizontal/vertical proporciona estabilidad para el espectador. Si hacemos referencia a la dirección diagonal, primero imaginemos una esfera en un plano inclinado, inmediatamente pensamos que se caerá, esto es lo que nos provoca la dirección diagonal, inestabilidad, amenaza"<sup>21</sup> y como Dondis dice, "un significado subversivo". Pero habrá que hacer énfasis en la fuerza que tiene cuando se aplican en cuestiones visuales. como se muestra en la figura 1.12. La dirección curva por su parte, tiene significados asociados a la *repetición y el calor*. La fuerza que ejerce cada una de las direcciones antes mencionadas provoca una intensidad diferente en la composición visual intension que debe seguirse conforme a las necesidades particulares de cada proyecto.

**Tono** El tono es otro de los elementos del diseño que le permiten al comunicador gráfico emitir con mayor eficacia el mensaje deseado. En este caso el tono son *las diferencias que provoca la presencia de la luz y la oscuridad sobre los objetos*<sup>22</sup>, esto permite que distingamos las figuras que hay a nuestro alrededor, siempre cerca de un brillo encontraremos sombras que permitirán a través del contraste la visualización de los objetos, cabe mencionar que entre las luces y sombras se encuentran una serie de intermedios que como se menciona en la sintaxis de la imagen: *Entre la luz y la oscuridad de la naturaleza hay cientos de grados tonales distintos, pero en las artes gráficas y en la fotografía esos grados están muy restringidos. La escala tonal más usada entre el pigmento blanco y el pigmento negro tiene unos trece grados*<sup>23</sup>. (Ver fig. 1.13)

Esta diferencia de luz y sombra y sus diferentes gradaciones es lo que también nos permite ver la profundidad, el volumen, la tridimensionalidad de un escenario, etc.

**Color** Según el texto de *Los elementos del diseño de La sintaxis de la imagen*, el tono nos permite distinguir los objetos, podemos decir que es más necesario para el hombre, tiene un fin práctico, reconocer nuestro entorno (para no tropezar por ejemplo) y el color apela más a las emociones y tienen cargas conceptuales muy fuertes que pueden ser universales o delimitadas por una cultura específica. Como lo es el blanco para algunas poblaciones africanas cuyo significado intrínseco es el luto. El color complementa los mensajes visuales y los reafirman<sup>24</sup>.

Según la *Enciclopedia Británica*<sup>25</sup> establece un significado genérico a cada color, evitando generalizar ponemos a consideración dichos significados en la presente tabla: (Ver fig. 1.14)

El color tiene tres dimensiones para definirse y medirse según Dondis, estas son:

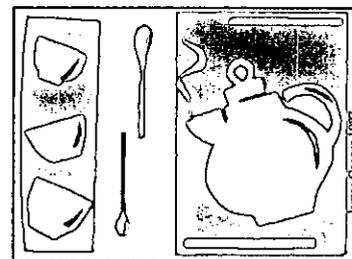


Fig. 1.11 En esta ilustración podemos observar la manera en que actúa el contorno circular, apoyando así al concepto de la imagen

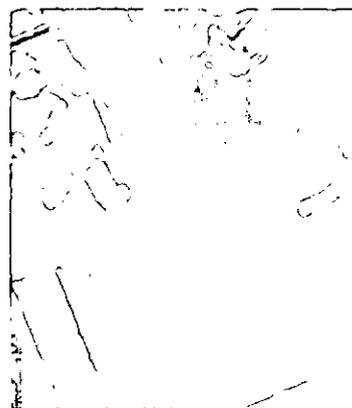


Fig. 1.12 Ilustración que esquematiza el concepto de dirección de M. Freedman



Fig. 1.13 Ejemplo de tono por Rob Lauson: "En la revancha y el amor las mujeres son más salvajes que los hombres"

Patología del color	
Rojos, Amarillos.	Calidez, excitación, alegría, agresión.
Verdes, Azules, Grises.	Frío, seguridad, calma, paz.
Negro	Tristeza, elegancia.
Blanco	Inocencia, sanidad, libertad.

Fig. 1.14 Significados genéricos del color

19. Op. cit. p. 58.

20. Ibidem p. 60.

21. Ibidem.

22. Ibidem p. 61.

23. Ibidem.

24. Ibidem p. 64.

25. Enciclopedia Británica virtual. Tema: color. <http://www.britannica.com>

**El matiz:** Es el color mismo llamado también croma. Cada matiz tiene características propias; los grupos o categorías de colores comparten efectos comunes. Hay tres matices primarios o elementales: amarillo, rojo y azul, y tres secundarios, morado, verde y anaranjado. (Ver fig. 1.15)



Fig. 1.15 Ejemplo del concepto de matiz

**La saturación:** Que se refiere a la pureza de un color respecto al gris. El color saturado es simple, casi primitivo y ha sido siempre el favorito de los artistas populares y los niños como se muestra en la figura 1.23. Carece de complicaciones y es muy explícito. Está compuesto de matices primarios y secundarios. Los colores menos saturados apuntan hacia una neutralidad cromática e incluso un acromatismo y son sutiles y tranquilizadores teniendo como ejemplo la figura 1.16.

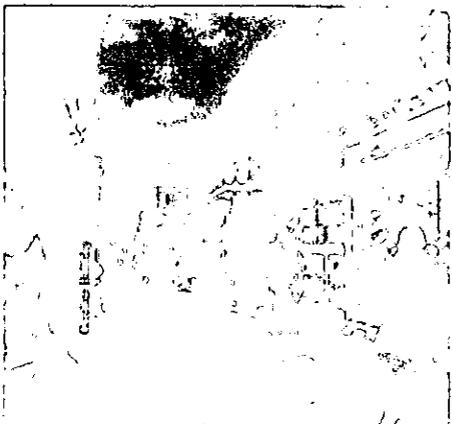


Fig. 1.16 Il. con poca saturación y tendencia al gris

**El brillo:** Que va de la luz a la oscuridad, es decir, al valor de las gradaciones tonales. Hay que subrayar que la presencia o ausencia de color no afecta al tono, que es constante. El aumento y disminución de la saturación pone de relieve la constancia del tono y demuestra que el color y el tono coexisten en la percepción sin modificarse uno al otro <sup>26</sup>.



Fig. 1.17 Este es un claro ejemplo de imagen brillante

**Textura** La textura es el elemento visual que sirve frecuentemente de manera "doble", es decir que además de implicar al ojo también puede incluir al tacto. Es posible que una textura no tenga ninguna cualidad táctil, y sólo las tenga ópticas, como las líneas de una página impresa, el dibujo de un tejido de punto o las tramas de un croquis. "(...) La textura está relacionada con la composición de una sustancia a través de variaciones diminutas en la superficie del material. (...)"<sup>27</sup> (Ver fig. 1.18)

**Dimensión** "La representación de la dimensión o representación volumétrica en formatos visuales bidimensionales dependen también de la ilusión. La dimensión existe en el mundo real. No sólo podemos sentirla, sino verla con ayuda de nuestra visión estereoscópica biocular. Pero en ninguna de las representaciones bidimensionales de la realidad, sean dibujos, pinturas, fotografías, películas o emisiones de televisión, existe un volumen real; éste sólo está implícito"<sup>28</sup>. La ilusión se refuerza de muchas

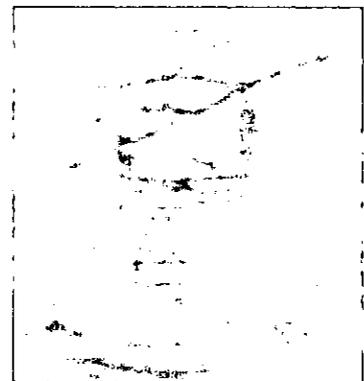


Fig. 1.18 Ejemplo de textura óptica de Salem Kreiger

26. DONDIS, Doris. *La sintaxis de la imagen, Introducción al alfabeto visual*. Ed. G Gilli, Barcelona 1982. p. 65-68

27. SIMONS, Jennings. *The new guide to professional illustration*. Head line publications, p. 32-41

28. *Ibidem* p. 74

maneras, pero el artificio fundamental para simular la dimensión es la convención técnica de la perspectiva<sup>29</sup>. Los efectos que produce la perspectiva pueden intensificarse mediante la manipulación tonal del "claroscuro", énfasis espectacular a base de luces y sombras. (...) En la fotografía predomina la perspectiva. La lente tiene propiedades muy parecidas a las del ojo, y la simulación de la dimensión es una de sus capacidades principales. (...)»<sup>30</sup> En la figura 1.19, observamos una ilusión en cuanto a la dimensión real de los objetos (chupón-niña), provocado por el efecto de perspectiva.

**Escala** Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificar y definirse unos a otros. Este proceso es en sí mismo el elemento llamado escala (...) no puede existir lo grande sin lo pequeño. Pero incluso cuando establecemos lo grande a través de lo pequeño, se puede cambiar toda la escala con la introducción de otra modificación visual. Es posible establecer una escala no sólo mediante el tamaño relativo de las claves visuales, sino también mediante relaciones con el campo visual o el entorno (...) El factor decisivo en el establecimiento de la escala es la medida del hombre mismo. En aquellos diseños relacionados con la comodidad, todo va en función del tamaño medio de las proporciones humanas (...)»<sup>31</sup>. De esta manera se ejemplifica la figura 1.20, donde en base a la medida promedio del hombre podemos ver la escala tan pequeña de la casa en relación con la pareja de esposos, mismo que contrastan con la escala de los adolescentes besándose. A través del manejo de la escala, una vez más podemos observar que los mensajes visuales pueden ser inducidos para una mayor y más rápida comprensión del espectador, aquí por ejemplo podemos captar sin problema el papel preponderante de los padres sobre la pareja de adolescentes minimizados debido, tal vez a su la edad, la experiencia sexual, la manera en que son vistos por los adultos, etc.

**Movimiento** El elemento visual de movimiento, está presente en el modo visual con mucha frecuencia de lo que se reconoce explícitamente. Pero el movimiento es probablemente una de las fuerzas visuales más predominantes en la experiencia humana... hay técnicas capaces de engañar al ojo (...). La sugestión de movimiento en formulaciones visuales estáticas es más difícil de conseguir sin distorsionar la realidad, pero está implícita en todo lo que vemos. Después de todo, las formas estáticas de las artes visuales, al igual que el universo tonal del film acromático que aceptamos con tanta facilidad, no son naturales en nuestra experiencia. Ese mundo paralizado y congelado es lo mejor que pudimos crear hasta el advenimiento de la imagen móvil y su milagro de la representación del movimiento. Pero observemos que, incluso en esta forma, no existe movimiento auténtico tal como lo conocemos; este movimiento es achacable al medio sino al ojo del observador en el que se da el fenómeno fisiológico de la "persistencia de la emisión". (...)»<sup>32</sup>. Algunas propiedades de la "perspectiva de la visión" pueden constituir la razón del uso incorrecto de la palabra "movimiento" con que se describen las tensiones y ritmos compositivos de los datos visuales, cuando lo cierto es que estamos viendo algo fijo e inmóvil. (Ver figura 1.21)

Por tanto podemos ver que en cuanto a representación gráfica se refiere el movimiento es sólo una ilusión, pero es una ilusión que da énfasis y dinamismo al mensaje enviado. De esta manera el diseño se crea a partir de la estética pero con la premisa de la funcionalidad, a través del manejo de los elementos mencionados, modificando su entorno, y recreando al mundo.

### 1.3.2 Áreas y campos del diseño

Ahora que ya tenemos manejado el concepto de diseño y los elementos principales de los que se auxilia, habrá que concebir al diseñador realizando



Fig. 1.19 La dimensión del chupón y la niña se deforman dando el efecto de dimensión, lejos cerca o dicho de otra manera el efecto de perspectiva»



Fig. 1.20 Esta ilustración es un ejemplo de lo que sucede cuando las escalas son modificadas de como se presenta en la naturaleza



Fig. 1.21 Ilustración de A. J. Müller, donde vemos representado la ilusión de movimiento

29. Op. cit p.74

30. Ibidem

31. Op. cit. DONDIS, Doris, *La sintaxis de la imagen...* p.71

32. Ibidem. p. 79

\* MC FARLANE, Todd. *Spawn*. "Oscuridad", No. 70, Grupo editorial Vid, 2000

su actividad de crear, pero el cuestionamiento sería, ¿En dónde ejerce un comunicador o diseñador gráfico?, un diseñador tiene una amplia y diversificada posibilidad de ejercer su profesión, pero para poder clarificar esto, a continuación se presenta el desempeño del comunicador visual:

<b>Áreas del diseño<sup>33</sup></b>			
<b>Área</b>	<b>Definición</b>	<b>Actividades</b>	<b>Producción</b>
<b>Ilustración</b>	Toda imagen asociada con ideas. La ilustración desarrolla un doble papel estético y documental. La buena ilustración siempre ha encarnado tanto una visión personal como una técnica perfecta, la peculiaridad de un ilustrador profesional reside en la combinación de estas dos aptitudes para la elaboración de imágenes. El ilustrador es un profundo conocedor de los procedimientos, herramientas y habilidades inherentes a la adecuada en la aplicación de imágenes, así mismo y de manera complementaria el ilustrador es también un artista profesional de la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Producción de ilustración profesional entre otros.</li> <li>·Producción de guiones e imágenes para historieta y género de la ilustración descriptiva.</li> <li>·Área de producción en canal de televisión.</li> <li>·Producción de ilustración tradicional.</li> <li>·Asesoría</li> <li>·Talleres</li> <li>·Museos</li> <li>·Docencia</li> <li>·Investigación en aplicación de técnicas y tecnología.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ilustración en sus diversos géneros;</li> <li>·Los dummies</li> <li>·Story board y guiones</li> <li>·Página de internet</li> <li>·Cortinillas de créditos en cine o video</li> <li>·Material didáctico</li> <li>·Carteles</li> <li>·Libros especializados</li> <li>·Escenografías</li> <li>·Vifietas</li> <li>·Calendarios</li> <li>·Revistas</li> <li>·Marcas</li> <li>·Promocionales</li> <li>·Identidades</li> <li>·Periódicos</li> </ul>
<b>Audiovisual y multimedia</b>	Estas dos áreas constituyen un medio de comunicación con tres elementos básicos: La emisión y recepción controlada y sincronizada de mensajes visuales acompañados de sonido. La integración de la dimensión temporal a través de las imágenes en secuencia y de la imagen en movimiento. En multimedia además de la imagen intervienen otros medios formando un sistema integral, empleando nuevas tecnologías de computo enlazando diferentes medios de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Dirección artística</li> <li>·Supervisión de producción en T.V.</li> <li>·Cine y video</li> <li>·Asesoría</li> <li>·Docencia</li> <li>·Investigación y avance tecnológico</li> <li>·Técnicas equipo y materiales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Audiovisual para equipamientos interactivos en museos</li> <li>·Multimedia de escritorio</li> <li>·Salas de arte o pabellones en exposiciones</li> <li>·Multimedia escénica</li> <li>·Caracterizaciones en Cine, T.V. y video, guiones y animaciones</li> <li>·Supervisión de instalación y calidad de la iluminación y sonido.</li> </ul>
<b>Diseño editorial</b>	Para el diseño editorial se emplean tres áreas especializadas edición, producción y principalmente diseño gráfico. Es un medio de comunicación masiva en el cual intervienen desde hojas sueltas, folletos desplegados, carteles hasta boletines, periódicos, revistas y libros en general en su mayoría son utilizados como medios propagandísticos y publicitarios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Dirección editorial</li> <li>·Supervisión de producción editorial</li> <li>·Edición y producción de libros</li> <li>·Supervisión de fotomecánica de impresión así como de control de calidad y producción de los medios gráficos e impresos.</li> <li>·Asesoría</li> <li>·Docencia</li> <li>·Investigación de nuevos equipos y aplicación de técnica y tecnología.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>libros de todo tipo, revistas, folletos, trípticos, dípticos, boletines, gacetas, periódicos, carteles, envases, discos, empaque y embalaje, producción de autoedición, así como de originales mecánicos, menus, páginas Web.</li> </ul>
<b>Simbología y diseño</b>	Es un medio visual capaz de resolver problemas de necesidades de comunicación, difusión y promoción y comercialización de productos, dirigiendo su estudio a la elaboración de símbolos relacionados con la identificación de identidades gráficas, tales como empresas, corporaciones, instituciones profesionales e inclusive a personas. Designando así logotipos, imatopos, logosmbolo y logograma estas aplicaciones se integran en un principio basado en el concepto de diseño.	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Preparación, transmisión y difusión de actividades de carácter cultural, educativo, científico, económico, político y social.</li> <li>·Se proyectará marcas para productos diversos que se aplican a envases que a su vez se promocionan con soportes gráficos.</li> <li>·Dirección de mercadotecnia</li> <li>·Diseño en soportes gráficos</li> <li>·Despacho de diseño</li> <li>·Galeries y museos</li> <li>·Áreas de difusión cultural</li> <li>·Docencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Audiovisual para equipamientos interactivos en museos</li> <li>·Multimedia de escritorio</li> <li>·Salas de arte o pabellones en exposiciones</li> <li>·Multimedia escénica</li> <li>·Caracterizaciones en Cine, T.V., video, guiones, animación.</li> <li>·Supervisión de instalación y calidad de iluminación y sonido.</li> </ul>

\*Continúa en la sig página

33. Guía de carreras, México, UNAM, 1990

Áreas del diseño			
Área	Definición	Actividades	Producción
<b>Fotografía</b>	Es una de las más importantes actividades relacionadas en la producción de imágenes. La importancia cultural de la fotografía es enorme, la memoria visual de una sociedad se expresa en gran medida en las imágenes fotográficas que genera. La fotografía constituye además una actividad profesional imprescindible en el ámbito de la comunicación. El fotógrafo en el campo del diseño y la comunicación visual participa de manera trascendente en la creación de fotografías de productos, en la producción de originales mecánicos, en el fotoreportaje, la fotografía de moda, la ilustración científica didáctica, educativa, el diseño editorial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· En los géneros comercial, cultural, artístico, electrónico, digital, reportajes sociales, científico y didáctico entre otros.</li> <li>· Supervisión de control y calidad en: iluminación, locaciones y producción.</li> <li>· Supervisión de efectos especiales, digitales y tradicionales.</li> <li>· Supervisión y producción de fotografía experimental y científica así como televisión, cine y video.</li> <li>· Asesoría</li> <li>· Docencia</li> <li>· Investigación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Discos</li> <li>· Libros</li> <li>· Revistas</li> <li>· Periódicos</li> <li>· Folletos, trípticos, etc</li> <li>· Cine</li> <li>· Televisión</li> <li>· Video</li> <li>· Art. de lectura especializados</li> <li>· Modelaje</li> <li>· Carteles</li> <li>· Posters</li> <li>· Anuncios espectaculares, etc.</li> </ul>

Campo de trabajo <sup>34</sup>			
Campo	Mercado	Campo	Mercado
<b>Medios impresos</b>	Periódicos, revistas, imprentas, empresas editoriales.	<b>Sectores especializados</b>	Despachos de diseño, publicidad, proveedores de servicio de internet Desarrollo independiente de la profesión
<b>Medios electrónicos</b>	Televisión, cine, los medios y multimedia audiovisuales	<b>Sector privado</b>	Despachos de diseño, agencias de publicidad, industrias, empresas editoriales, principales zonas comerciales de la ciudad
<b>Sectores productores de serv. gubernamentales</b>	Departamentos de comunicación y/o difusión y/o promoción	<b>Sector científico, culturales y educativos.</b>	Institutos de investigación, escuelas, foros de espectáculos, casas de cultura, galerías
<b>Organizaciones culturales</b>	Diseño de ambientación museográfica lo cual requiere una especialización en el área	<b>Sector público</b>	Instituciones gubernamentales, ocupando cargos desde diseñador gráfico, fotógrafo laboratorista en b/n y color e ilustrador, hasta jefe de oficina, jefe de departamento, subdirector o director de diseño o comunicación social

Me gustaría añadir que el diseñador interactúa con una cantidad inimaginable de profesionistas, según el campo en donde este ejerciendo y también el lugar específico en donde trabaje, ya que esta profesión tiene la bondad de interactuar con todo, ya que nosotros somos uno de los pasos, hoy día necesarios, para dar a conocer un mensaje.

**1.4 Diseño editorial**

Una vez que vimos las diferentes áreas en las que se desarrolla un comunicador o

diseñador gráfico, y tomando en cuenta el presente proyecto, podemos ver que la ilustración se encuentra íntimamente ligada al diseño editorial, aún cuando la ilustración no es exclusiva de éste. El diseño editorial, ofrece un amplio campo de desarrollo para el diseñador que gusta de combinar la tipografía y el uso creativo de la ilustración y fotografía, además de que puede laborar en: periódicos, revistas, libros, elaboración de sobrecubiertas, y un sin número de papelería<sup>35</sup>. (Ver fig. 1.22)



Fig. 1.22 Ejemplo en donde tenemos a la ilustración y el diseño editorial.

34. Op. cit. *Guía de carreras...*

35. Apud. SWAN. Allan. *Como diseñar retículas*, G. Gilli, Barcelona 1990, p. 130

Su principal función es la realización de la diagramación y elección del formato así como la selección de elementos y tipos que le confieran a la revista una personalidad y psicología distintiva para el público consumidor.

El diseño editorial se empezó a desarrollar de manera masiva en Alemania, aproximadamente de los años 1440 a 1450, donde Johannes Gutemberg implementa la impresión en papel con los tipos móviles, mejor conocido como imprenta, resultando así la primer Biblia de 42 líneas, impresa en Mainz, Alemania en el año de 1455. (Ver fig. 1.23 y 24) Una serie de eventos históricos como, el Renacimiento, la Ilustración, la Enciclopedia, la Reforma, y muchos eventos históricos que son bien sabidos, hicieron que la reproducción de libros se convirtiera en una demanda, privilegio de ciertos grupos sociales y delito de otros.

Durante todo este tiempo se buscaba arreglar la disposición de los tipos, las manchas que formaban en relación con las imágenes, según las posibilidades del sistema de impresión, xilografía, litografía, hasta que el *offset superó a sus antecesores en rapidez, calidad y ahorro de energía y costos.*<sup>36</sup> (Ver fig. 1.25)

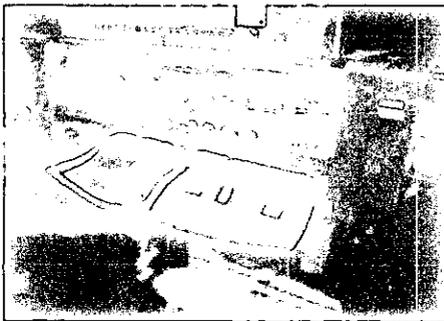


Fig. 1.25 La impresión en offset vino a revolucionar la industria editorial

El diseño editorial, conserva una división generalizada que abarca, libros, revistas y periódicos<sup>37</sup> (Ver fig. 1.26) de esta división encontramos híbridos y ramificaciones que nunca van a terminar conforme nuestro sistema de comunicación y medios tecnológicos avancen y se desarrollen. Sa-

bemos en base a la experiencia y la teoría, que el diseño editorial es el acomodo y previsión de una serie de elementos visuales dentro de una publicación, sea esta periódica o no, entendiendo como publicar: *"la divulgación de noticias que se quieren hacer llegar a todos, es decir hacerlo público, en el caso del diseño editorial, es difundir a través de la imprenta o de otro procedimiento cualquiera, un escrito, un libro, etc..."*<sup>38</sup>



Fig. 1.26 Ejemplo de revista lograda con ilustración, una de las divisiones del diseño editorial

De acuerdo con esto el comunicador gráfico, tiene como meta el crear una *publicación legible, funcional, pero ideal en estética.*<sup>39</sup> En la actualidad las editoriales, son un campo receptor para los comunicadores y diseñadores gráficos, cuando se requiere de una revista, libro, periódico o alguna otra publicación, el diseñador tiene como objetivo la creación de una publicación con identidad.

De manera breve podemos analizar el proceso por el que el diseñador tiene que pasar para llegar a una óptima resolución en el plano editorial: En un principio, requiere de una investigación que demuestre el público al cual se dirigirá su proyecto, las competencias existentes si las hay y en ese caso tener consiente las características gráficas que manejan. Con base en esto, se empezará a



Fig. 1.23 Grabado de Johannes Gutemberg, creador de la imprenta de tipos móviles

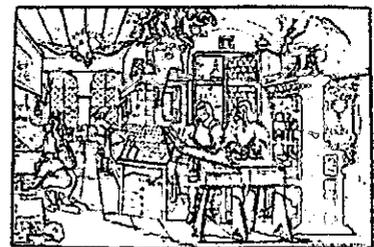


Fig. 1.24 Taller del s. XV con una imprenta de tipos móviles

36. Enciclopedia Británica virtual. Tema: Revistas, <http://www.britannica.com>

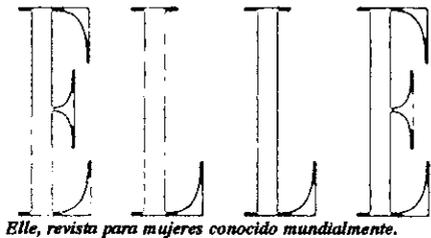
37. Ibidem

38. MONREAL. José Luis, José María Gispert, et al. *Diccionario enciclopédico ilustrado Oceano Uno*. Ed. Océano Gallach, Bogotá 1992

39. SWAN. Allan, *Bases del diseño gráfico*, Ed. G. Gilli, Barcelona 1990 p.131

concebir un concepto general de la revista, determinando el diseño del título de la publicación, la tipografía que se utilizará en el grueso de la edición y la diagramación.

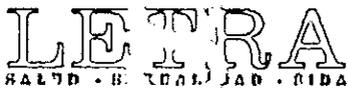
El diseño del título es importantísimo ya que es la cara que se presentará al consumidor, por ello se debe tener sumo cuidado: buscar la estética pero no por ello sacrificar la funcionalidad, recordemos que la mayoría de las publicaciones como lo son otros productos se venden junto a la competencia y como se mencionó en la introducción del presente proyecto se busca sobresalir de entre los demás. Una diagramación será el esquema que nos permita dar diferentes disposiciones al o los artículos, pero con la capacidad de reconocerlo gracias a la uniformidad que la diagramación confiere al diseño.



Elle, revista para mujeres conocido mundialmente.



Excelsior, periódico mexicano con años de trayectoria



Suplemento del periódico La Jornada

Fig. 1.27 Aquí podemos apreciar el diseño de títulos de publicaciones reconocidas, hay que aceptar que estas son la cara de sus ediciones, con características específicas para su público lector

La tipografía que se utilizará debe ser legible, el fin de la tipografía es conferir identidad y mantener la legibilidad, ya que ¡Para que es una publicación sino para leerse!, La

mayoría de las veces se utilizan tipografías como: Garamond 1, Times 2 y Bodoni 3, principalmente, ya que son de una bella estructura y legibles.<sup>40</sup> (Ver fig. 1.27)

A grandes rasgos estos son los elementos que hay que tomar en cuenta a la hora de realizar una edición, por tanto, “la prueba de un buen diseño se basa, en si el diseño continúa funcionando sin el ojo crítico de su creador”<sup>41</sup>

Tomemos estos aspectos como el inicio en el proceso de creación de una publicación, pero una vez concebidos dichos elementos, aparecen otras consideraciones, la elección de las imágenes si esta la necesita, mencionando a las fotografías o las ilustraciones. Ambas se definirán según el giro que maneje la publicación. Una ilustración puede dar a un texto un sentido humanístico y distintivo al texto que acompaña, como lo dice, William C. (figura 1.28), Para estar realmente justificada, la ilustración debe ofrecer algún tipo de contribución individual vigorosa al texto (figura 1.29). La ilustración puede actuar como contrapunto “humanístico”<sup>42</sup>

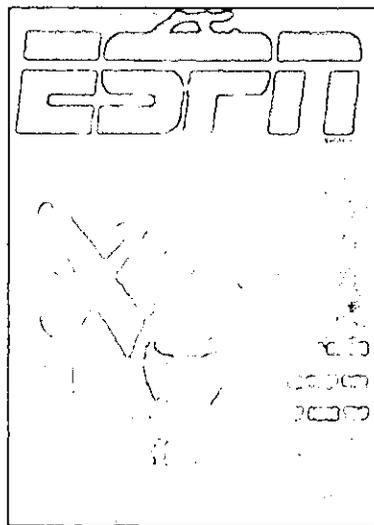


Fig. 1.30 Intención vigorosa y dinámica en la ilustración. Bien realizada la ilustración puede expresar emociones distintas según la intención

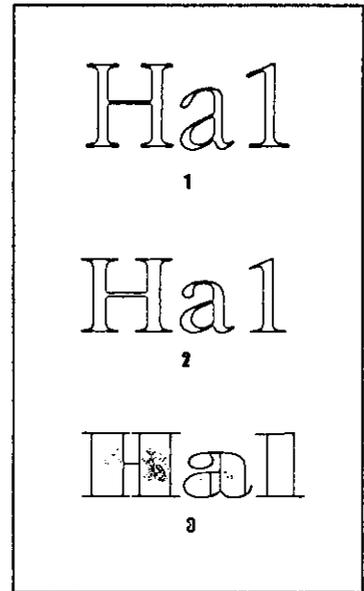


Fig. 1.28 Tipografías más utilizadas para cuerpos de texto: Garamont (1), Times (2) y Bodoni (3)



Fig. 1.29 Ilustración que confiere a la publicación una intención humanista

40. Apud. BRAHAM. Bert, *Manual del diseño gráfico*, Ed. Celeste, México, 1980, p.65

41. Op. cit. SWAN. Allan, *Bases del diseño...*, p.130

42. OWEN. William. *Diseño de revistas*, G. Gilli, México 1991, p.62

# Capítulo 2



I I U S T R A C I O N

### 2.1 Definición de ilustración

Llegando al tema que implica directamente el presente proyecto, se definirá al mismo exponiendo diferentes puntos de vista, convergiendo a una complementación en cuanto al concepto de la ilustración. Así como su importancia dentro del diseño dando un recorrido a través del tiempo concluyendo con las técnicas y materiales más utilizados.

Empezaremos con una definición técnica para saber la definición de ilustración: *Ilustración (artes gráficas), componente gráfico que complementa o realza un texto. Si bien las ilustraciones pueden ser mapas, planos, diagramas o elementos decorativos, generalmente se trata de representaciones de escenas, personajes u objetos que tienen relación directa, indirecta o simbólica con el texto, se encuentra en los pictogramas (símbolos que representan palabras o frases) y en los jeroglíficos (imágenes de objetos que representan palabras, sílabas o sonidos) desarrollados por culturas antiguas como los egipcios, los hititas entre otros.*<sup>1</sup>

De esta manera varios autores se han dedicado a definir su actividad profesional, como Terence Dalley que menciona: *La ilustración ha servido como complemento narrativo en manuscritos y libros desde los documentos ilustrados antiguos que se conocen como. "El libro de los muertos" y el "Papyrus Ramessum" (...) La ilustración a diferencia de la pintura, siempre debe de realizar una función concreta, siempre debe de tener una razón para existir. Sin embargo arte e ilustración nunca pueden separarse por completo, se considera que la ilustración es un arte en un contexto comercial y por lo tanto las deman-*

*das sociales y económicas de terminan la forma y el contenido de la ilustración.*<sup>2</sup>

### Ilustración

Por otro lado tenemos el punto de vista de Colyer Martín, quien sostiene: *"...En épocas más recientes, la ilustración se ha utilizado para decorar, explicar y documentar. Ha ayudado a dar*

*otra dimensión a las palabras de muchos autores y han proporcionado entrañables identidades a envases y productos que vemos cotidianamente. (...) La ilustración ilustra, toda ilustración está, por lo tanto, dirigida artísticamente y debe funcionar conjuntamente con un tema, un diseño".*<sup>3</sup>

Otra definición es por parte de Ignacio H de la Mota: *"Toda figura impresa en los libros, diarios, revistas y otras publicaciones, proveniente de cualquier origen fotográfico o dibujado y reproducido por cualquier procedimiento y que acompaña a un texto para mayor claridad y también para ornamentarlo. Recordemos el proverbio "una imagen vale por diez mil palabras" y esto implica su importancia en el impreso y más en nuestros días, inmersos como estamos en la civilización o cultura de la imagen.*<sup>4</sup>

*Con base en estas definiciones podemos proponer una definición de ilustración, ésta no es exclusiva de un dibujo, también incluiremos a la fotografía y es que una ilustración hablando de manera general es un gráfico que apoya su texto o concepto. Claro está que en el campo editorial cuando se habla de ilustración nos remitimos al "dibujo", una ilustración posee una carga artística eminente pero a diferencia del arte una ilustración tiene un fin funcional casi siempre comercial.*

1. Enciclopedia Encarta. Tema ilustración, <http://www.encarta.spn.com>

2. DALLEY, Terence, *Gula completa de ilustración y diseño*, H Blume, Madrid, 1981, p. 9

3. COLYER, Martín, *Como encargar ilustraciones*, Ed. G. Gilli, México, 1994, p.13

4. H. de la Mota,

## 2.2 Antecedentes

El hombre desde sus orígenes ha buscado la representación del pensamiento, sustancia abstracta y hetérea que sólo ha llagado a materializarse a través de la escritura y la gráfica y todo aquello que permite la permanencia del mismo. Es por esto que hace mucho tiempo atrás, el hombre observó que podía dejar impresiones sobre ciertas superficies, "El homo sapiens había descubierto como la presión de sus manos dejaban una marca en el barro (...) una señal, un trazo: como producto de su gesto y voluntad" <sup>5</sup>

De esta manera la escritura y la gráfica iban de la mano desarrollándose en el tiempo como ejemplo tenemos el Libro de los muertos que se colocaba en las tumbas para que los difuntos pudieran utilizarlo en la otra vida y el Papyrus Ramessum en Egipto aproximadamente en el año 2000 a. C.<sup>6</sup>

Aquí podemos ver como la escritura llega a parecer ilustración y la ilustración muchas veces describe mejor que los jeroglíficos mismos. (Ver fig. 2.1)



Fig. 2.1 Fragmento del "Libro de los muertos", detallado ejemplo de la antigua ilustración egipcia.

Después de los egipcios y dando un salto cuántico hacia el año 868 d.C en China, nos encontramos las primeras litografías "que son anteriores a cualquier forma de grabado a la fibra. Para que los alumnos chinos pudieran estudiar sus libros sagrados. Los

textos clásicos y las correspondientes imágenes sagradas eran cinceladas en grandes lozas planas de piedra, (...) una sola planilla servía para estampar en el papel las imágenes y el texto".<sup>7</sup> un ejemplo es La Sutra del Diamante. (Ver fig. 2.2)



Fig. 2.2 Ilustración extraída de un fragmento de la Sutra del Diamante

No muy lejos de ahí en el s. XIX en Japón veríamos una expansión en el uso del grabado, donde artistas japoneses se dedicaban a ilustrar escenas específicas, carteles para publicitar el teatro Kabuki, carteles que anunciaban prostitutas hasta escenas de la vida diaria a veces con xilografía con color o litografía. Dentro de los ilustradores sobresalientes están: Hiroshige (Ver fig. 2.3) y Hokusai, (Ver fig. 2.4) caracterizados por su destreza con el pincel y la belleza con la que podían representar una escena cotidiana. "Se ha encontrado que muchos de lo conocimientos que se amazaron en el lejano Oriente, se expandieron a través de las diversas culturas que pasaron por ahí, llevando consigo el conocimiento a lugares como Europa".<sup>8</sup>

## 2.3 Historia de la ilustración

Europa, Edad Media aquí las expresiones relacionadas con la ilustración dan lugar en los monasterios en la realización de libros sagrados, "Los textos de los manuscritos se ilustraban con miniaturas, del latín *minimun*. Dichas miniaturas se usaban para decorar las iniciales de los manuscritos. La mayoría de estas miniaturas eran elaboradas a mano una a una con acuarela, goma arábiga, polvos de oro y plata sobre pergamino. Durante



Fig. 2.3 Escena cotidiana bellamente coloreada del ilustrador Japonés Hiroshige



Fig. 2.4 La gran ola de Kagawa de Hokusai

5. BLANCHARD, Gérard, *La letra*, Ed. CEAC, Barcelona 1988, p. 12

6. *Enciclopedia Encarta*, Tema ilustración, <http://www.encarta.spn.com>

7. Op. cit.

8. Op. cit.

esa época la mayoría de los manuscritos contenían ilustraciones, "(...) decorando los libros con muchos adornos, bordes ornamentales, capitulares y las antes mencionadas miniaturas".<sup>9</sup> (Ver fig. 2.5,6 y 7)

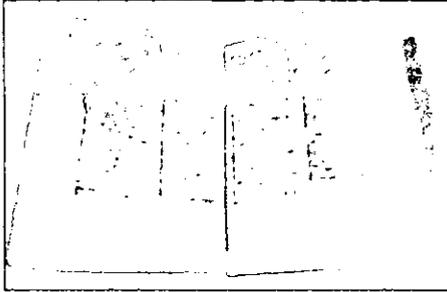


Fig. 2.5 *EL Speculum*. Pese a que el tema principal era la religión, encontramos libros como este, que maneja temas históricos de la época.



Fig. 2.6 *EL Speculum*. Aquí tenemos una de sus páginas interiores, donde podemos observar la fidelidad de la escena, sin que por ello se olvide la estética de la misma.

El tema que más se utilizaba en base a lo dicho en la enciclopedia Encarta era: "en el período gótico, la mayor parte de la vida se centraba alrededor de la iglesia" (Ver fig. 2.8 y 9) dando un ejemplo, "el cle-

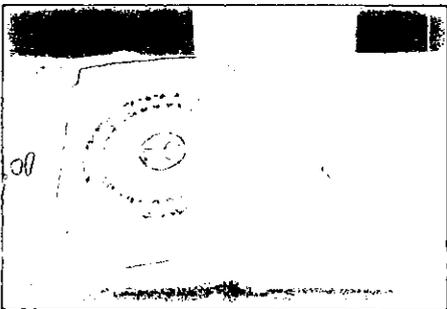


Fig. 2.8 *EL lapidarium*, libro religioso del siglo XV, ricamente ilustrado con miniaturas de gran detalle

ro utilizaba estampas con fines devocionales, distribuyéndolas entre los fieles<sup>10</sup> podemos añadir que "...el inmediato precursor de la ilustración de libros fue los hechos en los monasterios durante la Edad Media"<sup>11</sup>

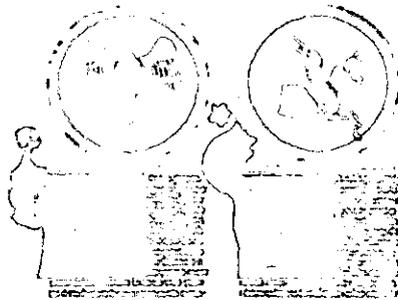


Fig. 2.9 *EL lapidarium*, acercamiento a sus miniaturas.

A mediados del s.XV, aparece una invención que cambiaría el futuro no sólo de la ilustración sino del acceso del conocimiento con sus respectivas consecuencias. Sólo imaginemos nuestra vida sin el acceso tan amplio al conocimiento que se hizo posible gracias a la imprenta creada por Gutemberg.

A partir de la invención de la imprenta considero una explotación masiva de la ilustración, esta nueva invención permitía formar texto de manera individual a la imagen. Desde Egipto existieron medios de impresión, "los sellos", o bien la implementación de la litografía y la xilografía en China y Japón pero pensemos que durante este periodo el hombre aún no tenía los medios para poder imprimir con la rapidez y facilidad que se da a partir de la imprenta. En algunos casos la placa se devastaba a las pocas impresiones (tomando en cuenta el tiraje que se puede obtener hoy día), para imprimir texto e imagen se requería elaborar ambos en el mismo bloque de madera, piedra o lámina de metal, el grabado en alguno de estos materiales pedía una gran cantidad de tiempo y esfuerzo, los ejemplares que se solicitaban con premura carecían de calidad "La primera reproducción mecánica de ilustraciones se hizo por medio de matrices de madera, se dibujaba la ilustración sobre

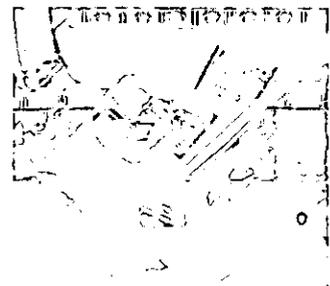


Fig. 2.7 Ilustración del siglo XV que ejemplifica la manera en que se escribían e ilustraban los libros

9. DALLEY. Terence, *Guía completa de ilustración y diseño*, H Blume. Madrid, 1981, Introducción

10. Op. cit.

11. Apud. *Enciclopedia Encarta...*

la superficie lisa del bloque y se vaciaba la madera en ambos lados de las líneas de dibujo. La imagen en relieve resultante era untada de pigmento o con tinta y se estampaba sobre el pergamino o el papel. El proceso podía repetirse una y otra vez (...). En algunos casos se utilizaba una única matriz para tallar la página completa de un libro, texto e ilustraciones, los libros realizados con esta técnica se llaman libros xilográficos. Los textos eran forzosamente limitados por lo que el contenido de casi todos era simple y tosco, destinado a lectores poco instruidos. Muchos con mensajes religiosos (...)<sup>12</sup>

Aún cuando los temas eran limitados y de igual manera el acceso a dicha información hay que aceptar que la llegada de los caracteres móviles permitió imprimir las ilustraciones sueltas, grabadas sobre madera, junto con el texto. La necesidad de un mayor detalle en las ilustraciones propició el desarrollo de diferentes técnicas de grabado, entre ellas el *agua fuerte*, el *grabado al humo*, el *agua tinta* que permitía simular el efecto de la pintura a la acuarela. Estos métodos y la libertad de crear las ilustraciones por separado permitieron mayor fluidez y un campo más amplio al artista en el terreno de la técnica de ilustración: las posibilidades aumentaron durante la primera mitad del s. XIX con la introducción de la litografía a color. La fotografía, perfeccionada durante la segunda mitad del s. XIX, fue esencial al proporcionar métodos fotomecánicos adaptables para la reproducción de ilustraciones originales creadas con cualquier tipo de técnica. Es interesante ver como la aparición de la fotografía llega a desplazar a la ilustración pero tiempo después esta invención daría pie a que la ilustración ampliara sus horizontes al permitir la utilización de los originales de la ilustración y no sólo los grabados usados en antaño.

En el s. XVIII apareció el periódico ilustrado, (ramificación del libro ilustrado) que

costró más tarde gran notoriedad. La literatura de ficción había sido ilustrada casi desde sus comienzos y para el s. XIX se había extendido tanto la costumbre que eran raras las novelas publicadas sin contar por lo menos con una ilustración, frecuentemente a color, en la portada. También en el s. XX proliferó la ilustración de obras sobre topografía, arquitectura y botánica. En el s. XX decayó la costumbre de ilustrar los libros de texto y obras de consulta. La ilustración de la literatura infantil había empezado a cobrar auge en el s. XIX y a partir de la mitad del s. XX constituía la mayor parte de las ilustraciones de libros. Los periódicos pasaron a depender en gran medida de la ilustración fotográfica.<sup>13</sup>

A continuación se mencionarán por orden cronológico las ilustraciones más sobresalientes con sus respectivos autores, que se dieron a partir de la imprenta de Gutenberg. Dividiéndolos por siglos y presentando una tabla para esquematizar de manera más sencilla los datos presentados.<sup>14</sup>

## S. XIV y XV

El primer libro ilustrado de texto impreso con tipos móviles fue probablemente *Edeistein de Ulrich Boner*, editado en 1461 por Albrecht Pfister en Bamberg Alemania.

Las recopilaciones de *Las fábulas de Esopo*, se encuentran entre los primeros libros ilustrados que aparecieron después de la invención de la prensa, el primer Esopo ilustrado, impreso por Johan Zainer en Ulm, Alemania, en 1476, misma que ejerció una enorme influencia sobre las obras posteriores de este tipo.

El autor impresor William Caxton realizó *The mirror of the world*, 1481, primer libro ilustrado, impreso en Inglaterra. (Ver fig. 2.10)



Fig. 2.10 Autorretrato y sello de William Caxton

12. Op. cit. *Enciclopedia Encarta...*

13. Apud. Op. cit.

Entre los libros ilustrados importantes del s. XV se encuentra *Dance Macabre*, la (*Danza de la muerte*) en 1485.

Dante, con grabados de Baccio Baldini sobre dibujos de Sandro Boticelli en 1481.

*Der Ritter von Turn*, 1493, con grabados de A. Durero

"Se ha estimado que durante el periodo incunabula (C. 1480-1530, el primer medio siglo después de la invención de la prensa) los libros ilustrados constituyan alrededor de un tercio de todos los que se imprimían"<sup>14</sup>.



Fig. 2.11 Rino, de A. Durero, 1515, grab. en madera.

*Hypnerotomachia poliphili*, 1499, de Francesco de Colona, impreso por Aldo Manunzio en Venecia y considerado el más importante de los primeros libros con grabados en madera.

En Francia, *El libro de las horas*, 1525, ilustrado por Geofroy Tory (Ver figura 2.13)



Fig. 2.13 Una de las ilustraciones realizadas para el Libro de las horas, grabado en madera

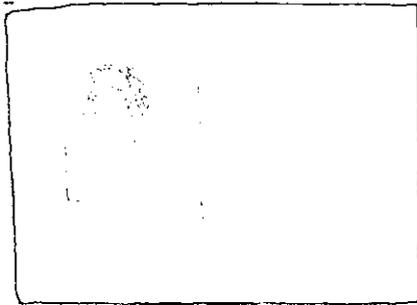


Fig. 2.12 Annales del'imprimiere des Aldes por Aldo M.

En los países bajos, una *Biblia*, 1528, ilustrada por Jan Swart y Lucas Leyden

*De Casibus virorum illustrium*, (Brujas 1476) de Giovanni Boccaccio.

*El herbario* de Otto Brunfel 1530, el primer libro en el que se reconoce la labor del ilustrador Hans Weiditz



Fig. 2.14 El herbario, 1530, grabado en madera.

Entre los primeros libros ilustrados, uno de los más bellos es *la Divina Comedia* en 1479.

14. Op. cit.

*La Biblia de Martín Lutero*. 1534, ilustrado por Lucas Cranach.

*La iconographia regum francorum* 1576, ilustrada por Virgil Solis y Jost Amman.

En Italia la edición *Petrarca* 1544, de Gabriele Giolito

En Inglaterra, una edición de *Versalius* 1545, ilustrada por Geminus.

*El Apocalipsis ilustrado* 1561 con grabados de Jean Duvet.



Fig. 2.15 Uno de los grab. de *El Apocalipsis ilustrado*.

El libro de *Los mártires de Fox*, editado por el impresor John Day aproximadamente en el año de 1563.

*La Biblia políglota*, de 1568 con varias versiones en diferentes idiomas, realizada por el gran pintor flamenco Christopher Plantin.

*Las cien fábulas*, 1570 de Giovanni Verdizotti, en Alemania.

En Suiza, *La Danza de la muerte* (1576), ilustrada por Hans Holbein el joven donde plasma temas relacionados con la nobleza (Ver fig. 2.16)



Fig. 2.17 Cabeza de hombre barbado, 1512 de Jost Amman, grab. en madera.

### S XVII y XVIII

En el s. XVII el arte de la ilustración de libros decayó en cierta medida ya que se pasó a dar mayor importancia a la tipografía y la ornamentación. Sin embargo, aparecieron libros notables, sobre todo en Francia: 15

El libro de *Emblemas de Vie de la Mère de Dieu*, (*Vida de la Madre de Dios*) 1646 de Lux Claustri, ilustrado con grabados al agua fuerte por Jacques Callot.



Fig. 2.18 En contrapunto con *Vie de la Mère de Dieu*, aquí un grabado de personajes triviales de J. Callot



Fig. 2.16 *La danza de la muerte* de Hans Holbein, grabado en madera.

15. Op. cit.



Una edición del *Tratado de la pintura*, 1651, de Leonardo Da Vinci ilustrada por Nicolas Poussin.



Fig. 2.19 Venus en la fuente por N. Poussin, agua tinta.

Probablemente el libro ilustrado inglés más importante se hizo en el siglo XVII fue la edición políglota de los *Textos de Esopo* ilustrada en 1666 por Francis Barlow. (Ver fig. 2.20)

*El Labyrinthe de Versailles* 1677, ilustrado por Sébastien Leclerc.

En el s. XVIII Francia estaba a la cabeza de la ilustración de libros con obras como:<sup>16</sup>

Entre los libros más importantes realizados en Inglaterra en ese período se encuentra una versión de *Las fábulas de Esopo* 1722 con grabados de Samuel Croxall

*Las Huidubras* 1726 de S. Butler con grabados de William Hogarth



Fig. 2.21 y 22 Ilustraciones del Texto de Huidubras, William Hogarth hace uso de una disposición escénica muy característica.

*Poems* 1753, de Tomas Gray, ilustrado por Richard Bentley

*Las Fables*, de Jean de la Fontaine ilustrada por Jean-Baptiste Oudry.

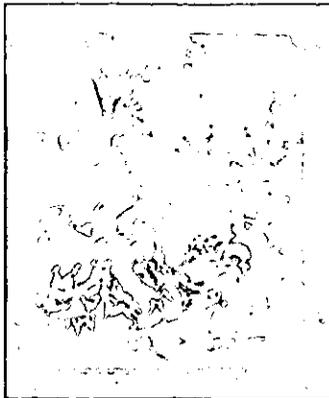


Fig. 2.23 Ilustración realizada por Jean Baptiste Oudry, llamada, "El llamado de los sabuesos".

*La anatomía del caballo*, 1766 ilustrada por George Stubbs



Fig. 2.24 La anatomía del caballo de George Stubbs.



Fig. 2.20 Textos de Esopo ilustrada en 1666 por Francis Barlow

16. Op. cit.

A finales del s. XVIII las figuras más relevantes de la ilustración de libros en Inglaterra fueron:

### S. XIX y principios del XX

En el s. XIX volvió a florecer la ilustración sobre todo en Inglaterra en la década de 1860.

El poeta-pintor William Blake cuyos "libros iluminados", el primero de los cuales fue *Canciones de la inocencia* 1789, presentaban una técnica muy similar a la de los libros xilográficos del s. XV

A principios del siglo el editor londinense Rudolph Ackermann publicó numerosas obras sobre la topografía y la arquitectura de su país, con aguatinas coloreadas a mano por artistas de la categoría de Thomas Rowlandson *The microcosm of London* 1808. (Ver fig. 2.29)

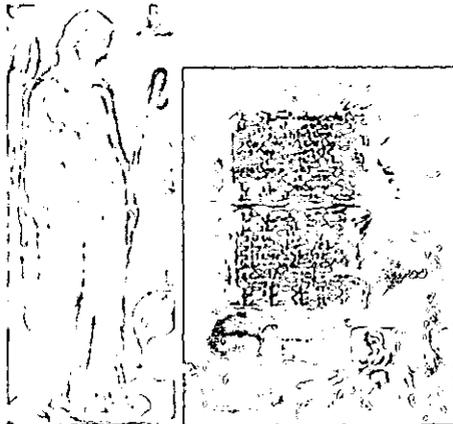


Fig. 2.25 y 26 Dos fragmentos de las ilustraciones de *Canciones de la inocencia* de W. Blake,

El gran paisajista Joseph Mallord William Turner ilustró algunos libros, entre los que se encuentran *Italy* 1830

George Cruikshank, Hablot K. Browne (más conocido por su seudónimo de Phiz) y John Leech realizaron famosas ilustraciones para las novelas de *Charles Dickens*.

Tomas Bewick, que se encargó de resucitar y perfeccionar la técnica del tallado en obras como *History of Quadrupeds*, (*Historia de los cuadrúpedos*) 1790.



Fig. 2.30 Ilustraciones de J. Leech para Charles Dickens



Fig. 2.27 Ilustraciones de *History of Quadrupeds*

Elementos decorativos de gran fuerza caracterizan la obra de Aubrey Beardsley, que ilustró obras de Oscar Wilde

De *Cuentos de la Fontaine*, 1795 por Jean Honoré Fragonard

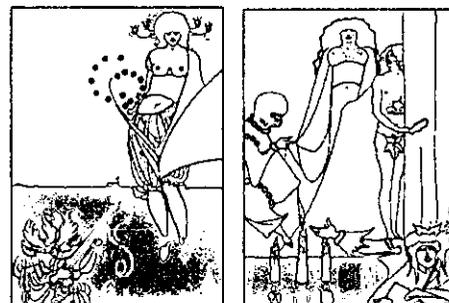


Fig. 2.31 Stomach dance y caricatura de O. Wilde.



Fig. 2.28 *Cuentos de la Fontaine* 1795



Fig. 2.29 *The microcosm of London* T. Rowlandson



Edward Burne-Jones, ilustrador de la obra de *Geoffrey Chaucer en la Kelmscott Press 1896*



Fig. 2.32 *Geoffrey Chaucer en la Kelmscott Press.*

William Nicholson en su *London Types* (Tipos londinenses, 1898) que se anticipan a los libros ilustrados infantiles del s. XX



Fig. 2.33 *Guardman y una página de London Types.*

Entre los artistas franceses que en el s.XIX realizaron importantes ilustraciones de libros se encuentran Eugène Delacroix, *Honoré Daumier*, *Gustave Doré*, Grandville, Gavani, Édouard Manet y Henri Toulouse-Lautrec, es



Fig. 2.34 y35 *La divina comedia de Gustave Doré y autorretrato de Honoré Daumier.*

decir, maestros del arte<sup>17</sup>. Los libros ilustrados más significativos del principios del s. XX vieron la luz en Francia. El editor y marchante de París Ambreise Vollard encargó ilustraciones a artistas tan famosos como Pierre Bonnard, Marc Chagall, André Derain, Ruoul Dufy, Marie Laurencin, Aristide Maillol, Henri Matisse, Pablo Picasso, George Rouault y Maurice Vlaminck. Si bien se podría decir que esta era representa el último brote de ilustraciones de libros para adultos, la segunda mitad del siglo ha aportado notables contribuciones en este terreno.<sup>18</sup>



Fig. 2.36 y 37 *Dos de los más representativos exponentes que ilustraron en el siglo XIX. De Henri Matisse Florero y de Pablo Picasso, Mujer planchando.*

### 2.3.1 Desarrollo de la ilustración en México

Tomemos como punto de partida la llegada de la imprenta en México con el arribo de los españoles en el s. XVI. Cuando ellos llegaron llevaron consigo una serie de imágenes religiosas que tenían como principal función el apoyo en la evangelización de los habitantes prehispánicos. (Ver fig. 2.38) "Romero de Terreros comenta que Hernán Cortés traía consigo imágenes de la Virgen María con su hijo preciosos en brazos"<sup>19</sup>

En cuanto a los libros se debe considerar que los expedicionarios que llegaron con Cortés, miembros de diversos rangos sociales y formación cultural, motivados más por sus ansias de riqueza que por fines de índole humanitario, es importante mencionar que estos personajes eran en su



Fig. 2.38 *Imagen religiosa aproximadamente del s. XVI, anónimo, grabado en madera*

17. Op. cit.

18. Ibidem

19. ROMERO, de Terreros, Manuel, *Grabados y grabadores de la Nueva España*, Ed. Arte mexicano, México, 1948, p.5.



mayoría analfabetas, no traían consigo libros que formaran la mente. El pasatiempo predilecto era la narración de aventuras y el juego de naipes.

En este inhóspito ambiente intelectual quienes llevaban las riendas eran los hombres de la iglesia, quienes aportaron al acervo cultural, los que promovieron la transformación ideológica y los que hicieron los primeros libros que describían la vida y costumbres de la sociedad mexicana.

Durante el Virreinato de Antonio de Mendoza, fray *Juan de Zumárraga*, (Ver fig. 2.39) el primer obispo de la ciudad, introduce la imprenta en México entre 1537 y 1539 cuando solicita al emperador de España, Carlos I, entre otras cosas, una prensa y un experto impresor. El alemán Juan Cromberger, establecido en Sevilla, comisiona a Juan Pablos (Ver fig. 2.40) para que viaje a México en 1539 apareciendo con ello una nueva cultura denominada: “cultura hispanoamericana” manifestada principalmente en libros de religión y filosofía. Pero las imágenes religiosas no fueron las únicas que se reprodujeron en aquel tiempo, también tenemos imágenes paganas como la elaboración de naipes como ya se mencionó que era uno de los pasatiempos predilectos de los conquistadores.<sup>20</sup>

El objetivo principal de establecer una imprenta en México, era llevar la doctrina a niveles educativos, así lo demuestran los textos religiosos y didácticos que tuvieron prioridad para su reproducción; ya que era la manera en que se pretendía conquistar la ideología de los indígenas. (Ver fig. 2.41)

El primer impreso en México fue una doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana en 1539, de 12 hojas en tamaño de 1/4 y con tipos de estilo gótico, titulada: *Breve y más compendiosa Doctrina Cristiana en Lengua Mexicana y Castellana*, que lleva al pie de imprenta Casa de Juan de

Cromberger, después de su muerte, en 1540, aparece en lo sucesivo Juan Pablos en el pie de imprenta con la leyenda “Primer impresor de México”<sup>21</sup>

Zumárraga tenía ordenes de consolidar y perpetuar la fe cristiana y lograr la conversión de los indígenas a la fe católica después de diez años de esfuerzo, esta empresa se vió arruinada por diversas causas, sin embargo fue el inicio decisivo en la creación de impresos dedicados a completar esta tarea. En 1572, el gusto literario de los criollos se formaban principalmente durante su estancia en el colegio con las lecturas que se les recomendaban, y eran seleccionadas, para que no se encontrara en ellas ninguna expresión o concepto peligroso e inmoral. Las obras eran censuradas por Andrés de Freux, además algunos profesores del colegio prepararon otras ediciones, el primero que se ocupó de ello fue el italiano Lanuchi quien solicitaba repetidamente en demanda de libros para la biblioteca del colegio con el motivo de proveer de textos a maestros y alumnos, En 1577 dirigió una solicitud al virrey don Martín Enríquez para que se comenzara la impresión de obras de diversos autores, como Cicerón (epístolas y obras selectas), Virgilio (Vucólicas y Geórgicas), además de fábulas y cartillas de la doctrina cristiana.<sup>22</sup>

En cuanto a la ilustración, en el s. XVII proliferaron las imágenes guadalupanas con la llegada de un gran número de impresores, más la sencillez de algunos grabados revelan una técnica un tanto primitiva, varios de estos trabajos llegaron a firmarse como anónimos. En el siguiente siglo grandes ilustradores adornaron con sus trabajos diversas obras, como José de Ibarra quien realizó el grabado para el *Escudo de Armas de México*, o ilustradores de obras populares como las que publicaba Manuel Valdés en *Alabanza a Nuestra Señora de Guadalupe* o las *Endechas mudas* de Quirós Campo Sagrado, 1784, firmadas por Francisco Agüera Bustamante.

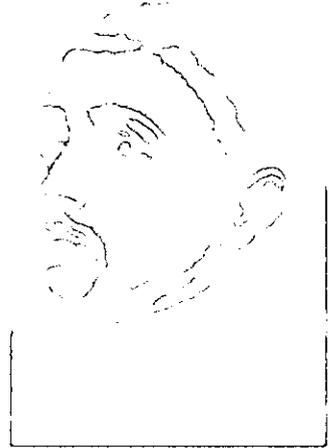


Fig. 2.39 Juan de Zumárraga, fué el responsable de la introducción de la imprenta en México.

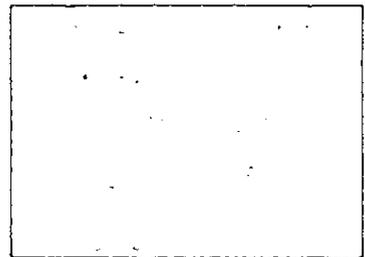


Fig. 2.40 Libro de los remedios contra próspera y adversa fortuna 1513 uno de los primeros libros impresos por Juan Pablos

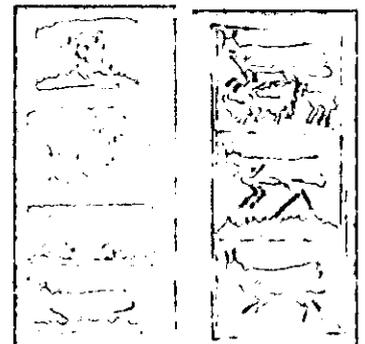


Fig. 2.41 Ejemplo de dibujos descriptivos de algunos de los insectos existentes en México, ejemplo de libro educacional

20. Apud. GUZMÁN. Leal Roberto, *Historia de la cultura*, Editorial Porrúa, México, 15a edición, p. 448.

21. Op. cit. ROMERO. de Terreros... p.6.

22. Apud. VÁSQUEZ. Josefina Zoraida, *La educación en la historia de México, (Lecturas de la historia mexicana)*, Colegio de México, 1992 p. 15-37

En el s.XIX contó con notables grabadores que colaboraron en diarios de oposición política como *El hijo del Ahuizote* con textos religiosos, pero amplía en sus contenidos con aspectos de interés popular de una manera fresca y simpática, entre los ilustradores esta *Manuel Manilla*, (Ver figura 2.42) excelente

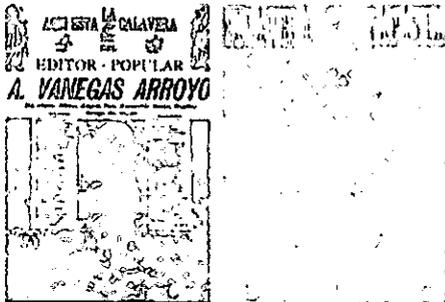


Fig. 2.42 Aquí está la calavera y Calavera tupatá, publicaciones en donde Manuel Manilla hace gala de su capacidad ilustrativa

caricaturista e ilustrador que dejó cerca de 500 grabados o *José Guadalupe Posada* (Ver figura 2.43), que publicó obras llenas



Fig. 2.43 Las bicicletas un ejemplo del amplio repertorio de José Guadalupe Posada.

de ironía a la par de una visión humorística con la muerte expresiones europeas. La situación política del país impulsó a una renovación de los contenidos y descubrió en las artes gráficas e instrumento por excelencia para transmitir los nuevos contenidos de la perspectiva revolucionaria. De la revolución aparecieron nuevos valores que aunque el mundo los conoce sólo como artistas plásticos, ilustraron libros de la época, el ejemplo de *Orozco* (Ver figura 2.44), *Rivera* (Ver figura 2.45), *Siqueiros* y como grabador *Leopoldo Méndez* (Ver

figura 2.46). Hubo otros notables artistas que ilustraron algunos de los más relevantes libros de la época como *Julio Ruelas*, *Roberto Montenegro*, *Saturnino Herrán* (Ver fig. 2.47) o *Julio Prieto* entre otros.

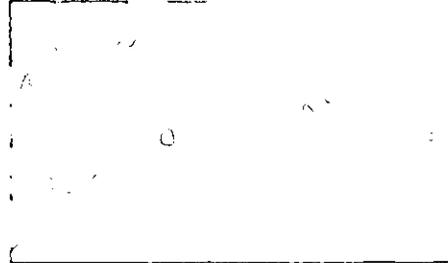


Fig. 2.47 Proyecto para mural, de Saturnino Herrán.

De esta manera vemos a grandes rasgos como se desarrollo el devenir ilustrativo en México, dando pauta a la educación, a la grácil crítica de los diferentes modos de pensar y la gran calidad técnica de los ilustradores mexicanos, comparable con las mejores ilustraciones del mundo.<sup>23</sup>

#### 2.4 Géneros de la ilustración

En todas las actividades que el hombre realiza tiende a ordenar los elementos, los agrupa y les confiere jerarquía; de esta manera puede distinguir conceptos, cosas, actividades, etc. La ilustración no es la excepción, de hecho encontramos diversos géneros de la ilustración que irán creciendo conforme el conocimiento del ser humano se desarrolle. A continuación damos tres clasificaciones diferentes ya que cada una tiene su mérito. Comentando acerca de cada clasificación y definir cual de ellas es la que adopta esta investigación. Empezaremos con *Simmon Jennings*:

##### Ilustración científica

Son los trabajos hechos principalmente para botánica y zoología.

##### Ilustración técnica

Permite un mayor conocimiento de estructuras y mecanismos, su objetivo radica en el buen entendimiento de la ilustración.



Fig. 2.44 Paisaje mexicano, 1930 de José Clemente Orozco, litografía de 43.3 X 34.9 cm.

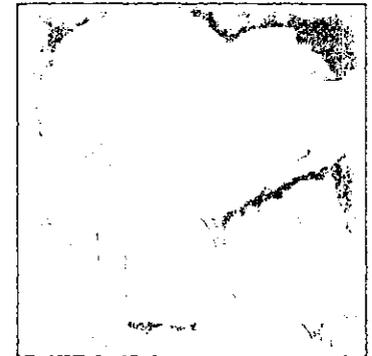


Fig. 2.45 El cargador de flores, de Diego Rivera, es un recuerdo de las ilustraciones utilizadas en los libros de la SBP, por ejemplo



Fig. 2.46 Emiliano Zapata, 1930 David Alfaro Siqueiros, litografía, 63 X 45.2 cm

23. Apud. ROMERO, de Terreros, Manuel, *Grabados y grabadores de la Nueva España*, Ed. Arte mexicano, México, 1948, p.444

**Ilustración médica.**

Apoya temas de índole médico, de la salud en general, buscan el apego a la realidad.

**Ilustración gráfica y estadística.**

Muestra datos, resultados, encuestas, promedios, porcentajes y gráficas de forma visual, facilitando la comprensión de los mismos.

**Ilustración de modas.**

Como su nombre lo dice representa las diferentes tendencias de la moda.<sup>24</sup>

Esta clasificación nos ofrece los grupos más importantes que se maneja dentro del medio pero deja fuera otros grupos que tienen tanta importancia como los ya mencionados. Por ejemplo la ilustración infantil, editorial...

Por otro lado tenemos la clasificación que nos ofrece la *Enciclopedia de la comunicación*, ofreciéndonos la siguiente clasificación:

**Ilustración de cartones**

La que protagoniza la fuerza argumental del mensaje y que ocupa, generalmente a sangre, la totalidad del espacio de impreso.

**Ilustración descriptiva**

La de carácter documental que muestra con todo detalle un hecho noticioso.

**Ilustración documental**

La que explica el contenido de un texto y que es descriptiva.

**Ilustración a colores**

Las que se presentan en dos o más tintas.

**Ilustración fotográfica**

La fotografía o montaje fotográfico que acompaña a un texto para completar su información, documentarla, testimoniarla o embellecerla, haciéndola más sugestiva.

**Ilustración de tamaño**

La de tamaño del mismo que de la página en donde es aplicada o de mayor tamaño para

ser plegada, representando imágenes reales, mamparas, etc. Que se imprime con independencia del texto que se intercala encartada.

**Ilustración gráfica**

Cualquier imagen, fotográfica o de dibujo que acompaña haciéndolo más sugestivo e informado a cualquier relato real o de ficción.

**Ilustración humorística**

La que tiene una función de entretenimiento, como un chiste o caricatura o una fotografía que presenta un aspecto desenfadado.

**Ilustración informativa**

La que constituye el elemento principal de la información y a la que acompaña el correspondiente pie de texto explicativo.

**Ilustración sangrada**

La que ocupa la totalidad de la página incluyendo las imágenes

**Ilustración simbólica**

La que simboliza un hecho determinado y que se explica por sí misma

**Ilustración sonora**

Efecto musical o sonoro que acompaña, haciéndolo más sugestivo e informado, emotivamente a cualquier relato o ficción.<sup>25</sup>

En esta clasificación tenemos una amplia cobertura, ya toma en cuenta el sonido y la fotografía, como tal, pero su división se encuentra en niveles distintos, por ser una enciclopedia de la comunicación su rango de división es más amplio, pero en el ejercicio específico de la ilustración como se conoce, así como se extiende más allá de nuestro ejercicio, se restringe demasiado, dejando así fuera a muchos tipos de ilustración.

Ahora ponemos a consideración una última clasificación que a mi parecer es la mejor basada en *Martín Colyer*: Ilustración editorial, ilustración informativa, ilustración publicitaria, ilustración discográfica e ilustración de video y televisión.

24. JENNINGS, Simons, *The new guide to professional illustration*, Head line publications, p 32-41

25. E. Martín y L. Tapiz, *Diccionario Enciclopédico de las artes e industrias gráficas*, Biblioteca profesional EPS, ediciones Don Bosco, Barcelona. 1981 p. 310-323

**Ilustración editorial**  
**Ilustración de revistas**



Fig. 2.48 Rev. mexicana lograda a través de la ilustración.

**Ilustración informativa**

**Ilustración técnica**

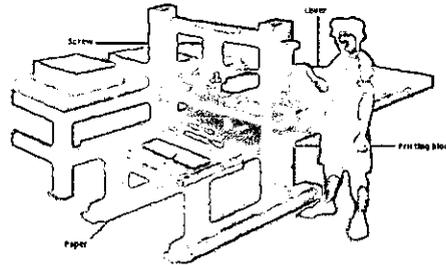


Fig. 2.51 Ilustración técnica, de las partes de la imprenta

**Ilustración de periódicos**



Fig. 2.49 Caricatura política de El Fisgón, 1999.

**Ilustración arquitectónica**



Fig. 2.52 Ejemplo de ilustración arquitectónica, de la Basílica de Santa Ma. de la Guía, España.

**Ilustración de libros y sobrecubiertas**



Fig. 2.50 Relaciones peligrosas, edición francesa, ejemplo de sobrecubierta y una ilustración de un cuento llamado, Había una vez un invierno... de B. Frexille

**Ilustración médica o botánica**

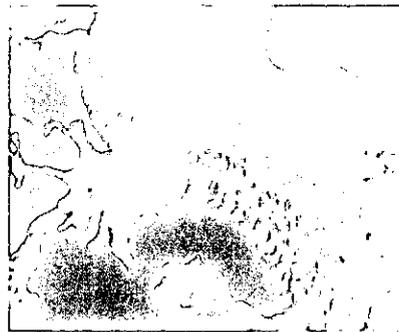


Fig. 2.53 Ilustración médica, que de manera detallada muestra cada una de las partes de la dermis.

**Ilustración de mapas y diagramas**

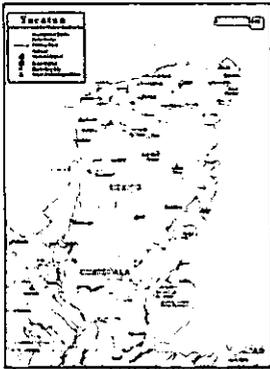


Fig. 2.54 Mapa de la península de Yucatán lograda con el programa Freehand versión 8.0

**Ilustración de memorias**



Fig. 2.57 Litografía de la Crucifixión por Rembrand

**Ilustración publicitaria**

**Ilustración de envase y embalaje**

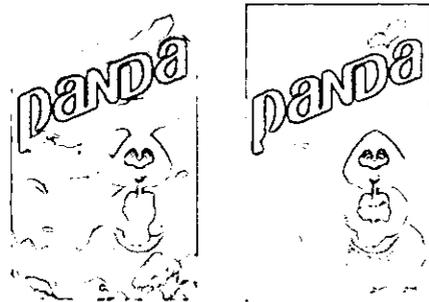


Fig. 2.55 Ilustración de Panda, marca de bebidas de embajadora AGUIDA, ilustración de Jenny Silva.

**Ilustración de papelería empresarial**

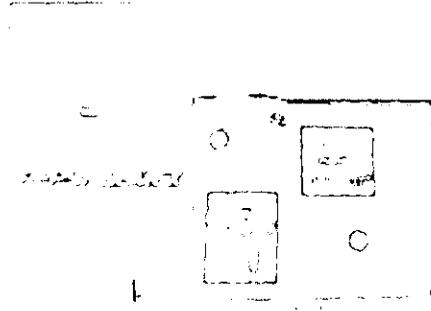


Fig. 2.58 Ejemplo de ilustración de papelería empresarial, en este caso de la compañía PEPSICO.

**Ilustración de modas**

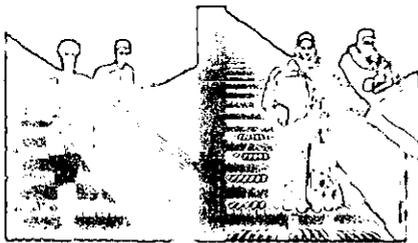


Fig. 2.56 La ilustración de modas maneja características específicas, como lo es el énfasis en el vestir, cuerpos estereotipados y líneas sueltas con movimiento.

**Ilustración de cartel publicitario**

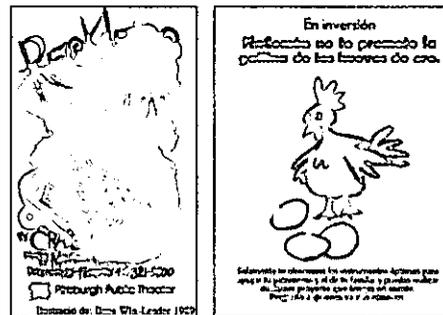


Fig. 2.59 Dos ejemplos de ilustración para cartel

## Ilustración discográfica

### Ilustración de compacto y cassette.

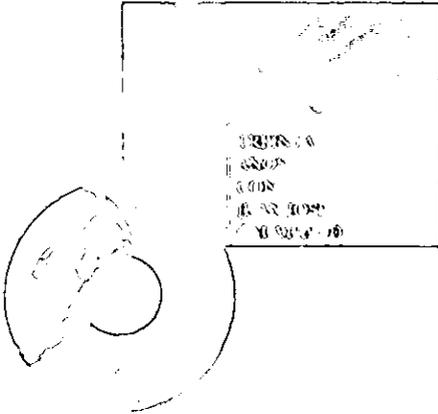


Fig. 2.60 Ilustración para CD, de Juan José Calatayud, en esta clasificación Martín Colyen habla de lo existente en su tiempo así habrá que ir considerando el Mp3, el DVD, etc

## Ilustración de cine vídeo y televisión



Fig. 2.61 El príncipe de Egipto y uno de los personajes de la serie Winnie Pooh, Tigger, ambos de Disney, generador de ilustraciones para cine, vídeo y televisión.

En base a estas tres clasificaciones se puede mencionar los méritos que tiene *Martín Colyen*<sup>26</sup> en su libro *“Como encargar ilustraciones”*, ya que presenta una clasificación práctica, íntimamente ligada con el ambiente comercial. Si, también es cierto,

no comprende todos los rubros dentro de la ilustración, ofrece una clasificación en la que fácilmente podemos ubicar el trabajo específico que puede ejercer el ilustrador.

### 2.4.1 La ilustración de revistas.

La ilustración de revistas se encuentra en el campo de la ilustración editorial, si una ilustración se encuentra supeditado a un texto en el área editorial será más evidente, contando además con la cualidad de que este campo es muy versátil. *“La ilustración editorial tiende a estar relacionada con ideas y con servir o comunicar conceptos al lector. Es un campo en el que se han producido algunos de los trabajos de ilustración más innovadores y experimentales.”*<sup>27</sup>

Dentro la ilustración de revistas existe un campo ocupacional muy grande para los ilustradores, por la gran diversificación de temas existentes, además de que resulta gratificante para el ilustrador debido a que una revista es una publicación que sale periódicamente lo que significa que tiene una continua demanda de material en específico de ilustraciones. Las revistas son de gran importancia para los ilustradores, hablamos de que una revista se edita cada mes (*por dar un ejemplo*), y éste puede ver su obra impresa en poco tiempo y con una variedad temática increíble, la revista es además un catálogo que irá a la vanguardia en cuanto a técnicas de ilustración, temas, etc, dándonos una idea fiel de lo existente según las distintas épocas, *“Las especificaciones de revista van desde encargos para pintar, el retrato de un conocido novelista, o ilustrar cómo ha sido debilitada la economía del país por el exceso de importaciones, hasta la decoración de tres recetas diferentes para el pescado”*<sup>28</sup>

### 2.5. Técnicas de ilustración

Un ilustrador que tiene a su alcance el manejo de un número de técnicas, lo que le

26. COLYEN, Martín, *Como encargar ilustraciones*, Ed. GG, México, 1994, p. 50-136

27. Op. cit. p.62.

28. Op. cit. p.64.

brinda más posibilidades de proyectar mejor su trabajo, de acuerdo con el concepto y mensaje que se desee transmitir.

Es de esta manera que se expone una lista de técnicas que son las más utilizadas por el diseñador contemporáneo. Cabe mencionar que dentro de estas técnicas se pueden hacer combinaciones que bien empleadas pueden conferir a la ilustración un enfoque diferente y más atractivo.

**Técnicas basadas en el grabado.**

**Grabado:** Conjunto de procesos de duplicación, creación y reproducción de imágenes. Dentro del grabado existen dos categorías básicas: los realizados de forma *fotomecánica*, como las ilustraciones de periódicos y revistas o las reproducciones de obras de arte originales (como los cuadros de los artistas a lo largo de la historia) que se realizan con fines comerciales y los *creados a mano* para para reproducción inmediata por medio de técnicas que requieren una determinada capacidad artística y de materiales especiales <sup>29</sup>

**Litografía:** Es una técnica de impresión que utiliza una placa de piedra preparada. Primero en una piedra limada se dibuja con un lápiz graso con el fin de absorber la tinta, es recomendable que los trazos gufa se hagan con barras de contè ya que estos 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. (Ver fig. 2.62)

**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 llama-

da bastidor. La placa de serigrafía se hace sobre una malla con una emulsión que puede ser bloqueador de agua o con sustancias resistentes a esta como el proceso de fotoemulsión o las películas de tiner o kromaline que reaccionan con la luz. Todos los procesos de serigrafía buscan dejar los huecos o canales con la imagen que se desea imprimir, es decir por donde pasará la tinta, una vez montada la ayuda de un rasero permitirá que la tinta pase por las zonas que no están protegidas obteniendo así la impresión. (Ver fig. 2.63)

**Alitografía:** Esta técnica es similar a la anterior pero en este caso la placa es de madera y es trabajada con gubias o buriles, cuchillas, dejando en alto relieve las áreas que se desean imprimir. De igual forma como se menciona en el grabado la placa es entintada y el papel colocado sobre esta siendo de esta manera su reproducción. (Ver fig. 2.64)

**Alitografía:** 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 metal:** es el que se realiza por medio de un buril o punta metálica, posteriormente es entintada y reproducida sobre el papel.

**El grabado en metal:** 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, el que se encarga de corroer el metal y grabar la imagen.

**El grabado en punta seca:** 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 ex-

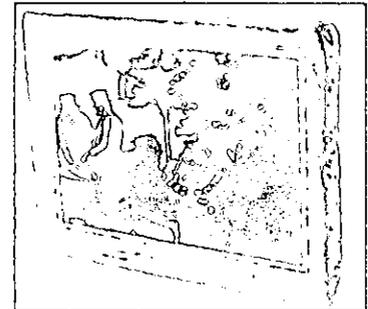


Fig. 2.62 Placa litográfica de Honoré Daumier



Fig. 2.63 Ejemplo de la impresión serigráfica

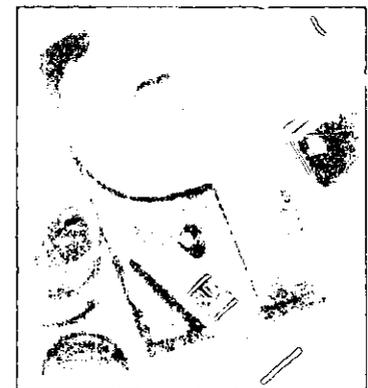


Fig. 2.64 Matriz xilográfica e implementos

29. Enciclopedia Encarta. Tema grabado, <http://www.encarta.spn.com>

traídos, 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.

**Técnicas basadas en materiales líquidos**

**Acrílicos:** Los colores acrílicos tienen una base hecha principalmente de resina similar a la utilizada en los vidrios acrílicos, de la 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.

Sus soportes son lienzos o cartulinas, al igual que los lápices de colores esta técnica también ofrece una gran gama de colores. Son utilizados para acabados detallados y se puede aplicar con pincel y/o aerógrafo. También se puede trabajar con agua para dar un acabado con transparencia, además de que se puede mezclar con otros materiales conocidos como gessos impastos, los que ofrecen una textura al trabajo. El acabado de los acrílicos es generalmente brillante y su presentación es en tubos o frascos (Ver fig. 2.65).<sup>30</sup>

**Acuarela:** La acuarela es una de las técnicas de ilustración más antiguas, al principio se utilizaron pigmentos de origen natural, como la tierra o la arcilla, posteriormente se utilizó el huevo y el yeso, finalmente después de un largo periodo de experimentación se incorporaron los aceites. Muchos ilustradores medievales utilizaban la acuarela pura y otros añadían color opaco para obtener un fondo sobre el que se aplicaba el oro. El primer europeo en reconocer el color de la acuarela fue Alberto Durero, quién la utilizó en fuertes líneas y zonas opacas con la transparencia única que la caracteriza, pero no fue si no hasta el s. XVIII cuando la acuarela alcanzó su esplendor reconociéndola como: "el arte inglés". En la época victoriana aumentó su popularidad y algunos

artistas vendían copias en acuarela de sus obras al óleo, gracias al secado rápido de este material se permitió experimentar con contrastes de colores y tomar notas rápidas de efectos atmosféricos, como la niebla, el arcoiris o las formaciones de las nubes entre otros, en la actualidad es una técnica muy utilizada por los profesionales que encuentran en su empleo, la herramienta ideal para dar vida a sus trabajos. La acuarela se caracteriza por su transparencia, frescor y claridad en sus colores, requiere mucha práctica para dar la apariencia de sencillez y soltura que la caracterizan.<sup>31</sup> (Ver figuras 2.66)

**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 centímetro cuadrado, haciendo esto mediante un compartimento 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 los pinceles ordinarios. Posiblemente los antecedentes de este pincel de aire esté en el periodo Paleolítico, al trabajarse las pinturas rupestres con un tipo de atomizador hecho con huesos largos y ahuecados por donde se sopaba la pintura. El primer aerógrafo que aparece como tal fue inventado por Liberty Walkup en 1883.<sup>32</sup> Esta técnica permite emplear diferentes tipos de pinturas como las acuarelas o los acrílicos. La manera de aplicarse es bloqueando 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 el Frizquet o Látex. *Existen dos tipos de aerógrafos: 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 gruesas o finas. *De doble acción:* Se puede controlar al mismo tiempo la proporción de salida de pintura y de aire simplemente jalando una palanca.

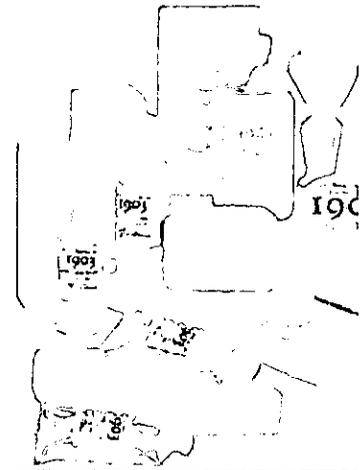


Fig.2.65 Ilustración realizada a través de la técnica de acrílicos

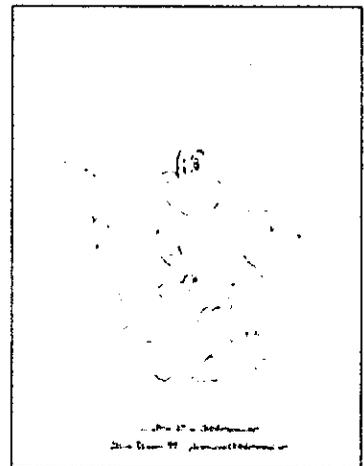


Fig.2.66 Ejemplo de ilustración lograda con la técnica de acuarela

30. GÜNTER, Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982. p. 131-137

31. Op.cit. p.103-117.

32. *Kishwaukee College*, Illinois, USA. <http://kish.cc.il.us/dra/airbrush.html>

La superficie en la que se va a trabajar debe ser por lo regular plana y con cierta resistencia a la absorción por ser 100% líquida la pintura. Esta técnica también es usada para el retoque de piezas escultóricas, escenografías, retocar juguetes, etc.

**Gouache:** Esta técnica es similar al acrílico en donde su composición está basada principalmente en la goma arábiga. A diferencia de la acuarela su acabado es opaco, contiene adhesivos y pigmentos blancos, al secar pierde el color 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.

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 transparentes sobre opacas y viceversa. Para oscurecer se superponen 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.<sup>33</sup> (Ver fig. 2.67)

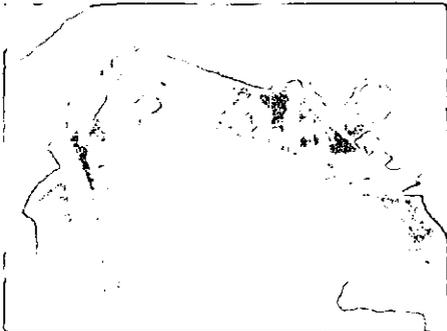


Fig. 2.67 El arca de Noé, ilustración hecha con técnica de gouache, de Su-Zan Ferguson.

**Óleo:** Es una técnica que emplean la mayoría de los pintores desde el s. XIII. El óleo

tiene en su composición una base generalmente de aceite de linaza. 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.<sup>34</sup> (Ver fig. 2.68)

**Temple:** Está técnica de ilustración usada más comúnmente por artistas plásticos. Es una técnica muy usada desde la Edad Media para pintores, su preparación está basada en el empleo de yema de huevo como aglutinante del pigmento. Esta técnica fue usada para ilustrar los llamados "Libros de horas", libros ilustrados por monjes durante la Edad Media, con temas religiosos. Las superficies más comunes en el temple son la madera, (masonita, aglomerado o cualquier tipo laminado) también se pueden aplicar en lienzos. En estos casos son recomendables 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. Una ventaja de esta técnica es que una vez seca la pintura no se puede quitar, pero también es ventajoso en caso de cometer errores.<sup>35</sup> (Ver fig. 2.69)

**Tinta:** La tinta es uno de los medios más viejos para ilustrar, entre las más conocidas se encuentran la tinta China y la tinta India. La primera se llama así porque en el año 400 d.C. se creó una tinta similar a la actual. Esta compuesta generalmente de carbón mezclado con agua y algún otro compuesto aglutinante. Se usa normalmente para hacer trabajos en líneas ya sea usando puntos, trazados o delineados. Es una técnica óptima para detalles además de que se puede utilizar como acuarela logrando gran variedad tonal. Sus soportes son papeles y cartulinas de diferentes tipos.<sup>36</sup> (Ver fig. 2.70)

**Técnicas basadas en materiales secos.**

**Carbón vegetal:** Es una técnica que utiliza el carbón vegetal. Los primeros ejemplos de

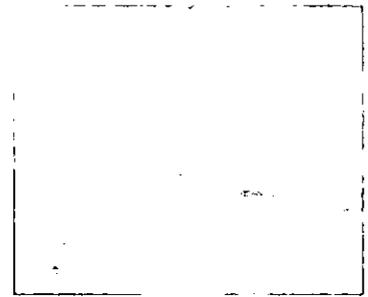


Fig. 2.68 Italia, óleo sobre tela de William Turner,



Fig. 2.69 El nacimiento de Venus (temple) de Sandro Botticelli, 1485



Fig. 2.70 Bodegón de Surimono, técnica a la tinta s. IV d. C.

33. GÜNTER, Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982. p. 124

34. Op. cit. p. 136

35. Op. cit. p. 130

36. GÜNTER, Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982. p. 113

esta técnica los encontramos en las cuevas del período Paleolítico que se dio en Francia y España por medio del arte rupestre en la cual se usaba para delinear las formas representadas.<sup>37</sup>

Esta técnica es posiblemente el antecedente de otras que utilizan pigmentos secos y comprimidos, mezclados con algún componente graso o semi-graso, como los lápices de grafito, tizas pasteles y las sanguinas entre otras. El carboncillo se usa para realizar trazos grandes y sueltos, medios tonos y líneas intensas, así como tonos negros. 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.<sup>38</sup> (Ver fig. 2.71)

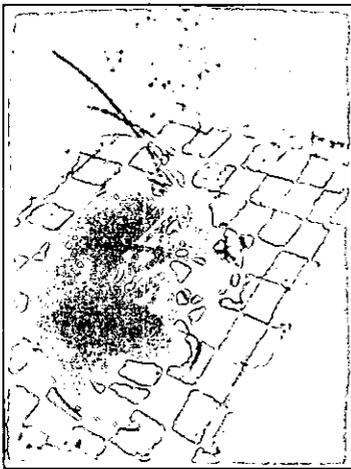


Fig. 2.71 Ejemplo de la técnica de carboncillo por Tricia Reinhold Masley

**Lápices de colores:** Tiene 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. Estos lápices están compuestos por minas de pigmentos comprimidos, es cremosa y suave, son brillantes y tienen resistencia a la humedad, también podemos encontrarlos como lápices acuareleables. Este material combinado con los diferentes soportes y 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 se usan para detalles finos y para dar acabados realistas. No son muy recomendables para zonas muy extensas de color.<sup>39</sup> (Ver fig. 2.72)

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

Este es un material propio para los acabados realistas y los medios tonos, se trabaja prácticamente sobre diferentes grados de acuerdo a su dureza y también bajo los dos sistemas de clasificación que se conocen: algunos por números, otros por letras.<sup>40</sup> (Ver fig. 2.73)

**Pastel:** El uso del pastel comienza en el s. XVII, ofrecen una gama muy diversa de colores y los podemos encontrar como secos o grasos de acuerdo a su composición. 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.

Los pasteles utilizan soportes como papeles y cartulinas de grano grueso. Algunos accesorios en los que se apoya esta técnica son: gomas o fijador tipo spray.<sup>41</sup> (Ver fig. 2.74)

**Plumones y/o rotuladores:** Los plumones son lápices hechos con una base de fieltro o



Fig. 2.72 De Stephen Sweny, Sportguy, ilustración con la técnica de colores



Fig. 2.73 Ejemplo de lo que se puede lograr con la técnica de lápiz grafito.



Fig. 2.74 De Gill Ashby, un ejemplo de la técnica del pastel.

37. TERENCE Dalley, *Guía completa de la ilustración y diseño*, H Blume, Madrid, 1981, p. 19

38. STAN. Smith, *Manual del artista*, Ed. Blume, España, 1982, p. 102

39. GÜNTER. Hugo, Magnus, *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982, p. 86

40. Op. cit. p. 41

41. Op. cit. p. 92

fibra, las que usan alcohol o agua en su composición. Se usan principalmente para dar acabados lustrosos o metálicos.

La desventaja de estos es que una vez aplicado el color ya no se puede borrar, y si se sobreponen varias capas estas 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.<sup>42</sup>(Ver fig. 2.75)

**TIZAS:** Las tizas son barras de color comprimido en colores rojos, blancos o negros, a diferencia de los carboncillos su composición 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.<sup>43</sup>(Ver fig. 2.76)



Fig. 2.76 Lavandera de la serie Fantasia de Chris Celusniak, hecha con la técnica de tizas.

**2.6 Materiales y herramientas de ilustración**

Los materiales y herramientas existentes para el comunicador gráfico, cada vez son más extensos, procurando de esta manera el mejor desempeño de éste, en su trabajo, artículos específicos para cada necesidad; muchas veces este tipo de artículos llegan a ser creadores de necesidades más que fungir como una respuesta concreta.

Pero aún con esta proliferación de materiales y herramientas para la ilustración, encontramos constantes, que han sobrevivido al tiempo y dentro de las cuales mencionaremos:

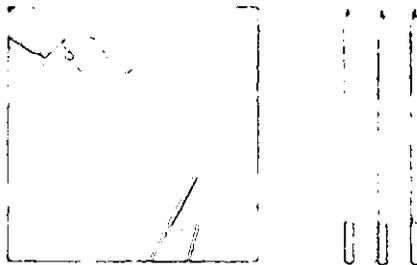
Son pigmentos de color que se disuelve con el agua, resistente al mismo tras el secado. De aspecto similar a la pintura de aceite, es más sencillo en su empleo y seca con gran rapidez. Puede acuarse con un elemento retardador como la pintura de aceite

**PROCESAMIENTO:** En crema y líquidos  
**MARCAS:** Vinci, Polytec, Gamacolor y Galleria Acrylic-Pad, Cryla.



Es uno de los materiales más recurridos por los ilustradores pigmentos de origen natural, como la tierra o la arcilla, posteriormente se utilizó el huevo y el yeso, finalmente después de un largo periodo de experimentación se incorporaron los aceites.

**PROCESAMIENTO:** Pastillas, lápices, tubos y líquidos.  
**MARCAS:** Ecoline, Rodin, Vinci, W&N



Este tipo de materiales nos ayuda a adherir elementos de trabajo a otros según sea la necesidad, algunos de estos mate-

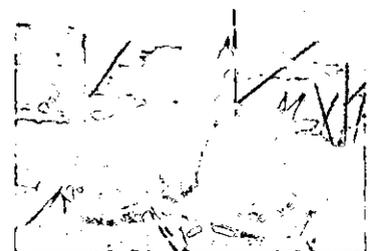


Fig. 2.75 Marina realizada a base de la técnica de plumones y/o rotuladores

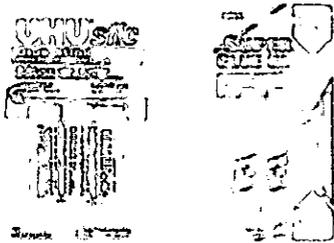
42. GÜNTER, Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982. p. 76

43. Op. cit. p. 96

riales adhesivos nos pueden permitir enmascarar ciertas áreas para la aplicación de pigmento

**Presentación:** En spray, líquido, cemento, cintas y láminas como el Frisket entre los más recurrentes.<sup>43</sup>

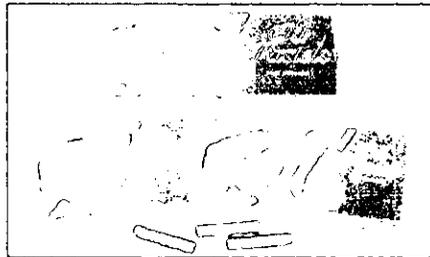
**Marcas:** UHU, Iris, 3M, Resistol.



**Materia:** *Colores grasos*

**Presentación:** Barras y lápices

**Marcas:** Pentel, Picasso, Faber Castell



Son prismas rectangulares para pintar áreas de color, parecido a los gises. Los de lápiz son para tareas más detalladas.

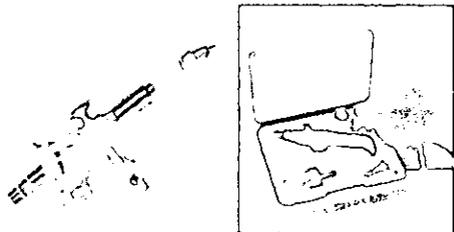
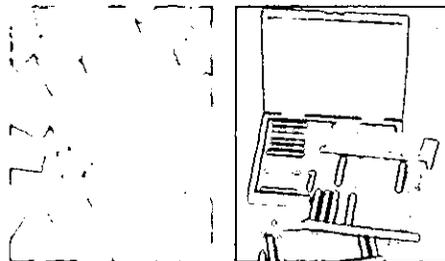
**Presentación:** lápices y barras.

**Marcas:** Picasso, Pentel, Faber Castell

Este instrumento es muy utilizado en técnicas de representación, cuyo principio es el de mezcla de pigmentos líquidos con aire, saliendo del aerógrafo con una presión aproximada de 2,10 kgs. por centímetro cuadrado.

**Presentación:** Casi siempre viene en sets, que incluyen artículos dependiendo de la marca distribuidora, como envases, pigmento, limpiadores, etc.

**Marcas:** Paashe, Badger, Thayer, NZTEK



**Caja de compases**, este instrumento de precisión que permite el trazo de circunferencias sirve como auxiliar en el dibujo de gran exactitud. Los juegos de compases profesionales muchas veces contienen: adaptador, extensiones, tiralíneas entre otros artículos según la marca.

**Presentación:** Según la marca distribuidora

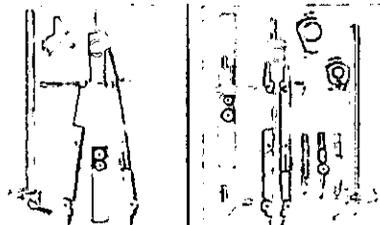
**Marcas:** Stadler, Mecnorma, Baco.

**Presentación:** *Compresora*, implemento

**Afilaminas para lápices y portaminas**, ayudan a afinar la punta de los materiales antes mencionados.

**Presentación:** Según la marca distribuidora.

**Marcas:** Mecnorma.



43. Op. cit. p. 28



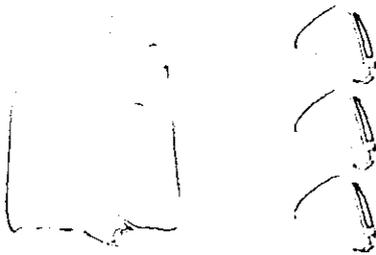
indispensable para la pistola de aire. Para la producción de aire comprimido, transportable, se conecta a la red de corriente eléctrica <sup>44</sup>

**Presentación:** Según la marca distribuidora  
**Marcas:** Mecanorma, Aztek, Pashe.



**Computadora**, dentro de esta herramienta existen dos tipos que ocupan la mayor parte del mercado: Plataforma Mac y PC. La computadora puede ser un genial herramienta para la creación de imágenes, además de que es muy flexible en cuanto a los errores y limpia en cuanto a su aplicación. A través de la instalación de los programas adecuados como: *Photoshop, Illustrator, Free Hand, Corel, entre los más recurrentes. A través de estos programas se retoman acabados de diferentes técnicas clásicas.*

**Presentación:** Según la marca.  
**Marcas:** Mac, PC, Acer, IBM, Compaq Presario, etc.



**Difumino**, rollo de papel con punta en ambos lados para el esfuminado de lápiz, pastel, carbón, etc.

**Presentación:** Existen una gran cantidad de grosores y tamaños  
**Marcas:** Rodin.

**Escuadras**, de las reglas quizá sean estas las más útiles, por su practicidad. Existen de muchos tamaños, pero todas tienen dos formas básicas, una llamada "45,90" por que tienen dichos ángulos; la otra es llamada "30,60,90" debido a que tiene en su estructura dichos ángulos. Se pueden utilizar junto con la regla T, para trazar líneas de diferentes grados o paralelas <sup>45</sup>

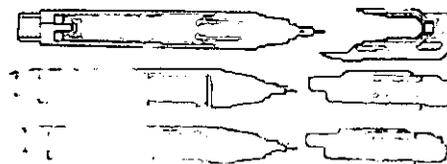
**Presentación:** Debido a su practicidad la mayoría de las veces son transparentes, hay opacas o metálicas, pueden estar graduadas o no de cantos biselados o no, así reforzadas por si estas son para corte.

**Marcas:** Mecanorma, Baco, Silco.



**Estilógrafos**, En la actualidad es muy común su uso, debido a su practicidad ya que permite trazar líneas o puntos en forma prolongada ideal para trabajos de exactitud y detalle.

**Presentación:** En forma de bolígrafos  
**Marcas:** Stadler, Pelikan, Mecanorma.



**Fijador**, se usan para evitar que los dibujos a lápiz, pastel o carbon se corran o manchen.

**Presentación:** En spray teniendo diferentes terminados, brillante o mate.

**Marcas:** Rodin, Picasso.

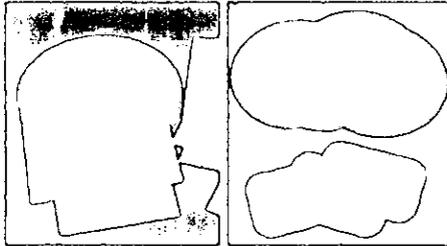
44. GÜNTER. Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982. p.138

45. *Catálogo general internacional de pinceles Rafael*, 1993 p. 18.

**Godete**, se usa para disolver y/o mezclar colores y tintas.

**Presentación:** Hay platillos de porcelana o plástico, en series de cinco, seis que se superponen, hay pequeñas bandejas plásticas o de loza con divisiones ya sean rectangulares o redondos que también se conocen como platillos.<sup>46</sup>

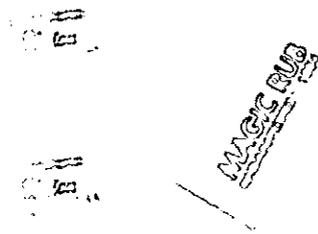
**Marcas:** Rodin, Silco, Vinci



Muchos tipos de gomas de borrar, para, tinta, grafito, letraset, etc

**Presentación:** Son de tres tipos, la blanca especialmente diseñada para grafito, goma moldeable o también conocida como "pan", que adquiere la forma que sea y la goma plástica que borra desde grafito hasta pastel.

**Marcas:** Statler, Rotring, Pelikan.



**Gouache**, su composición esta basada principalmente en la goma arábica. A diferencia de la acuarela su acabado es opaco, contiene adhesivos y pigmentos blancos, al secar pierde el color tonal que tenía al estar húmedo

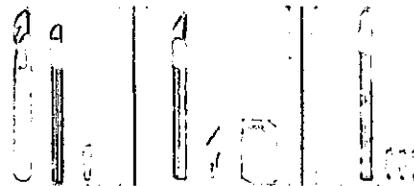
**Presentación:** En crema y sólido

**Marcas:** Vinci, Rodin, Jovi.

**Instrumentos de corte**, se pueden utilizar tijeras de acero, conviene que sean puntiagudas y de diez a siete centímetros, los mejores utensilios para cortar son los "cutters", y los "Xactos", ya que permiten un corte de mayor precisión y más libre, además de que se usan con cuchillas intercambiables. Los delgados son para cortes en papel y los gruesos para cartulina, cartón o materiales más gruesos. Los Xactos son más adecuados para cortar líneas o curvas.

**Presentación:** En estuches con diferentes cuchillas o por separado.

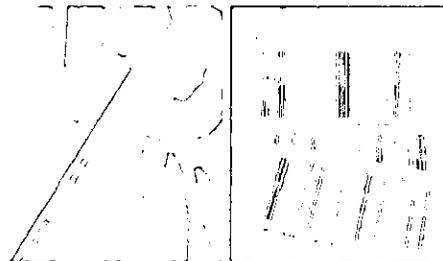
**Marcas:** Dorco, Statler, Mecnorma.



**Lápices de colores**, son fabricados en madera, con gran variedad de colores hay algunos que pueden ser acuareleables, como los "Caram D'ache". La marca más conocida es Prismacolor Profesional<sup>47</sup>

**Presentación:** Lápices, minas.

**Marcas:** Prismacolor, Faber Castell, Caram D'ache, Berol, Winsor & Newton.



**Lápices de grafito o plomo:** Son lápices de madera, utilizados para hacer apuntes o bocetos, los valores de dureza se clasifican en "B" los blandos y en "H" los duros; los blandos para tonos oscuros y los duros para tonos claros y líneas muy finas.

46. Catálogo general internacional de pinceles Rafael, 1993 p. 16

47. MURRAY, Ray, Manual de técnicas, GG Barcelona, 1980, p.20-22

**PRESENTACIÓN:** Dentro de los lápices encontramos diferentes presentaciones, el lápiz tradicional cubierto de madera, los lápizceros o portaminas y las barras de grafito principalmente.  
**MARCAS:** Berol, Stadler, Mecanorma.

**Pinceles,** esta herramienta debe de estar elegido con precisión, la variedad de pinceles y la utilidad de cada uno es muy extensa, por eso que pondré un poco más de énfasis en la descripción de estos.

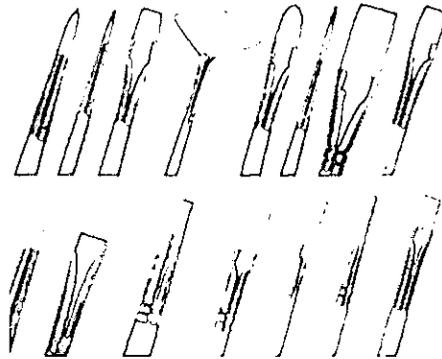
**PRESENTACIÓN:** La forma de pelo en cada pincel es la que determina la diferencia en los tipos de pincel. Básicamente existen ocho tipos de pincel: 1 redondo, 2 cuadrado, 3 puntiagudo, 4 plano, 5 plano corto, 6 lengua de gato, 7 plano forma de almendra y 8 curvado al natural.

El tamaño de los pinceles es muy variado, desde los muy finos, hasta los más anchos casi como brochas. Su longitud se mide en milímetros y por la capacidad de almacenar color. Los redondos y puntiagudos son los más finos es decir, 0, 00 y 000. Lo que determina en que medio pueden ser utilizados es el material del cual se fabrican, que puede ser de cuatro diferentes tipos de pelo.

**Pelo fino:** (Martha roja kolinsky), Este pelo proviene de las martas siberianas llamadas "Kolinsky" que es un animal pequeño parecido a la comadreja. Su pelo es muy resistente, fino y elástico. Existen otros tipos de marta con diferentes calidades como la Weasel, la de Care y China. Son los más adecuados para la acuarela.

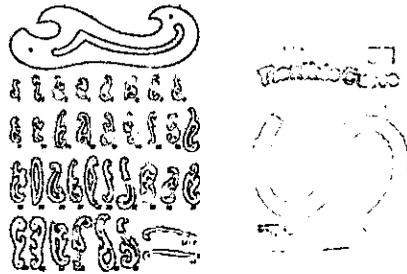
**Tipos de pelo para pincel:** **Oreja de buey** proviene del fondo de la oreja del buey, **Petit-gris:** proviene del pelo de las ardillas, particularmente de su cola, **Putois:** Este pelo se obtiene del turón de Rusia o de Europa Central, **Pelos diversos:** De camello o de pony. Los mejores se encuentran en Norteamérica. Es muy recurrido en los pinceles es-

colares. Pelos de cabras son de segunda calidad, para pinceles baratos y **Fibras sintéticas:** Son fabricadas generalmente de plámidaz, son adecuados para el acrílico.<sup>48</sup>  
**MARCAS:** Rodin, Windsor & Newton, Rafael.



**Plantillas curvilíneas y curvígrafo.** Son elementos auxiliares del dibujo y existen de formas muy variadas: círculos, elipses, cuadrados, triángulos, etc.

**PRESENTACIÓN:** Encontramos plantillas de acrílico, o plástico suave, también en madera y a manera de una tira plástica que se adapta a la forma deseada.  
**MARCAS:** Baco, Rodin.



**Plumillas,** sirven para dibujos en tinta, obteniendo calidades de línea desde al más grueso al más fino.

**PRESENTACIÓN:** Las plumillas tienen una gran variedad de puntos desde los gruesos a los más finos.  
**MARCAS:** F. Soennecken, Hiro Leonart

48. Catálogo general internacional de pinceles Rafael. 1993 p. 20

**Reglas**, basicamente existen dos tipos de reglas, aquellas cuya principal función es medir y aquellas cuya función es trazar líneas y cortar. De las primeras existen, las reglas métricas que son por lo general divididas en centímetros y milímetros, otras como lo es el tipómetro que maneja la unidad del punto\* (*unidad de medida tipográfica\**)

**Presentación:** Los tamaños varían así como la presentación del bisel sin mencionar el material, metal, plástico, madera  
**Marcas:** Baco, Silco

**Rotuladores**, son comunmente llamados plumones, son ideales para bocetar rápidamente, su acabado es traslúcido, lo que permite efectos producto de la superposición del mismo y cambia según la superficie en la que se aplica<sup>49</sup>.

**Presentación:** Con una o dos puntas, existen una amplia gama de colores y puntos.  
**Marcas:** Mecanorma, Berol, Pelikan.



**Tinta china**, se sugiere que sea impermeable, indeleble y de un color intenso ya sea en negro o sepia que son los colores más utilizados. Algunas marcas de estilógrafos fabrican sus propias tintas.

**Presentación:** Líquida y en crema  
**Marcas:** Pelikan, Stadler, Windsor & Newton



**Tiralineas**, este instrumento de dibujo, se compone de dos hojas que se ajustan mediante un tornillo para trazar líneas de diferentes grosores. La tinta se aplica en el espacio que queda entre las dos hojas. El mejor tiralineas es el que las hojas se le pueden abrir totalmente para limpiarse.<sup>50</sup>

**Presentación:** Según marca distribuidora.  
**Marcas:** Stadler, Mecanorma.



Debemos tener presente que cada uno de estos materiales tienen su manera ortodoxa de ser manejados pero en base a la experiencia considero que es bueno conocer las reglas para después romperlas, no por nada somos creativos, gracias a esta inquietud por encontrarle otra función otro punto de vista a las cosas, es así como se logran nuevos descubrimientos, resultando en el proyecto gráfico y por tanto logramos la atención a nuestro espectador.

Todo lo antes descrito en el capítulo de Ilustración nos da un concreto panorama de lo que es, desde el concepto mismo, pasando por su breve historia, ejemplificando las técnicas más recurridas y sus materiales.

Ahora es momento de que teniendo nuestras principales herramientas procedamos con el conocimiento de nuestro cliente en particular, esta información la encontraremos en el capítulo tres titulado Revista Viva Basquet, donde además daremos un muy breve marco histórico y técnico de las revistas en general, como una herramienta de comunicación manejada con frecuencia en nuestro mundo actual.

49. POWELL. Dick, *Técnicas de representación*, Ed. Blume, Madrid, 1986, p.15

50. GÜNTER. Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982, p. 74

# Capítulo 3



Revista Viva Basquet

# Capítulo

## 3

### Revista Viva Basquet

Hasta este punto hemos visto aspectos como la comunicación y la manera en que esta se conduce en la sociedad, por otro lado hemos analizado a la ilustración como elemento preponderante del texto optimizando la eficacia en la emisión del contenido. Teniendo estos conceptos ahora somos capaces de realizar un mensaje con el apoyo de la ilustración. Lo que en este momento faltaría, sería nuestra razón de ser, nuestro cliente, es por esto que este capítulo esta encaminado a dar a conocer al cliente la revista deportiva especializada en el basquetbol: *Viva Basquet*.

En este capítulo mencionaremos una breve reseña de la revista, su posición en el mercado, hablaremos de su competencia, especificaciones técnicas. No sin antes mencionar lo que es una revista, la manera en que un diseñador planea la creación de una revista, todo para tener una idea global de lo que es una revista.

#### 3.1 Definición de revista

Así como se ha venido manejando desde el capítulo uno, empezaremos dando diferentes definiciones de nuestro tema a tratar que en este caso es la revista.

Una revista es una colección de textos impresos (*ensayos, artículos, historias, poemas*) que generalmente están ilustradas, esta publicación es reproducida con cierta regularidad (*excluyendo los periódicos*).<sup>1</sup>

En la actualidad tenemos diferentes tipos de nuestra sociedad, es un medio de información generalmente especializado que cubre los deseos de ciertos grupos de lectores. En la actualidad tenemos diferentes tipos de

publicaciones, de primera instancia podemos empezar con publicaciones *periódicas y no periódicas* como los libros, dentro de las publicaciones periódicas tenemos, periódicos y revistas. Es difícil definir en donde empieza uno y donde termina el otro, ya que hay periódicos que tienen rasgos de revistas y revistas que em-

piezan a ser periódicos, pero para clarificar esto, podemos decir que un *periódico diario o semanal generalmente es grande, de hojas sueltas, rápido acceso a los artículos, y un contenido plural, por otro lado las revistas que pueden ser semanales, mensuales o quincenales, cuentan con más páginas de un tamaño menor, y encuadradas o engrapadas con un contenido más especializado*.<sup>2</sup>

#### 3.2 Antecedentes

Pero a grandes rasgos, ¿Cómo se introdujo la revista en el mundo actual?, hablando un poco de historia se dice que las revistas tuvieron sus orígenes en los primeros panfletos, almanaques e impresiones que se fueron convirtiendo en ediciones periódicas. Una de las primeras revistas como lo es en la actualidad cubrían temas específicos. De entre las primeras podemos mencionar, la revista llamada: *Erbauliche Monats-Unterredungen* ("Edificando discusiones mensuales") que se publicó de 1663 a 1668 en Alemania. Otras revistas aparecieron no mucho después en Francia Inglaterra e Italia entre los más importantes y en su mayoría estas publicaciones contenían ensayos sobre política y corrientes que siguen siendo estimadas porque marcaron corrientes y tendencias en la escritura de la época, como por ejemplo la prosa inglesa.

Otras versiones críticas de tipo literario y político aparecieron a mitad de 1700 a lo

1. E. Martín y L. Tapiz. *Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas*, Biblioteca Profesional EPS, Ediciones Don Bosco, Barcelona 1981.

2. *Enciclopedia Británica virtual*, <http://www.britannica.com>

largo del este de Europa y al final del siglo aparecieron las publicaciones especializadas que hablarían sobre tópicos como la arqueología, la botánica y la filosofía. En los principios de los 90's fue identificada una audiencia diferente, menos estudiada, lo que provocó nuevos tipos de revistas con nuevos tipos de revistas con temas de entretenimiento y esparcimiento familiar. Entre ellos aparecieron: *Semana popular*, *Semana de la mujer*, *La revisión religiosa misionaria*, *La revista ilustrada* y *La semana de los niños*.

Su incremento fue estimulado por el gran crecimiento en el interés público sobre temas sociales y políticos, además de las demandas de las clases media y baja. La xilografía y el grabado en general fueron los primeros en usarse extensamente por el semanario *Illustrated London News*, 1842 y por los finales del siglo XIX muchas revistas fueron ilustradas, esto para hacer más sencillo el acceso a este tipo de información considerando al público al que se dirige. (Ver fig. 3.1 y 2.32)

Las revistas fueron beneficiadas a finales del s. XIX y XX a través de las implementaciones técnicas que se dan incluyendo la baja en el costo de la producción del papel, la inversión de la imprenta, la rotativa y el medio tono especialmente. La implementación de los anuncios como soporte financiero considerable. Otros desarrollos desde la especialización en los temas utilizados por las publicaciones fueron la reproducción de las fotografías a color. Esto también provocó que temas críticos, políticos, intelectuales tuvieran un descenso a diferencia de las revistas de las masas, es importante mencionar que el incremento se enfocó en las revistas especializadas para mujeres.<sup>3</sup> (Ver fig. 3.3)

**3.3 Parámetros generales para la realización de una revista.**

Como ya se ha venido diciendo una revista se realiza teniendo un tema para proyectar

a un público específico ya sea acaparado con un tema ya manejado o incorporando un tópico o serie de tópicos nuevos.

Se realizará un estudio del público al que se le proyectará dicha información, viendo si existen publicaciones afines o no, si es así se colocaran los diferentes logotipos manejados, para estudiar las incidencias gráficas que estos puedan tener. Esto da por hecho un concienzudo estudio de la competencia, para así llegar al logotipo, gráfico, que dará la cara al público al cual se quiere atrapar.<sup>4</sup>

Otro de los detalles que hay que considerar en una revista es el formato que por lo general tiene una constante que delimita sus características, es decir, el presupuesto con el que se cuenta, esto dará uno de los puntos para determinar el formato que se utilizará.

En México se tienen dos formatos que logran el mínimo de desperdicio, en base a estos se puede jugar con los formatos dentro de estos dos que son: el tamaño normalizado que es de 841 x 1189 mm. (Ver fig. 3.4) y el clásico de 320 x 440 mm.<sup>5</sup>

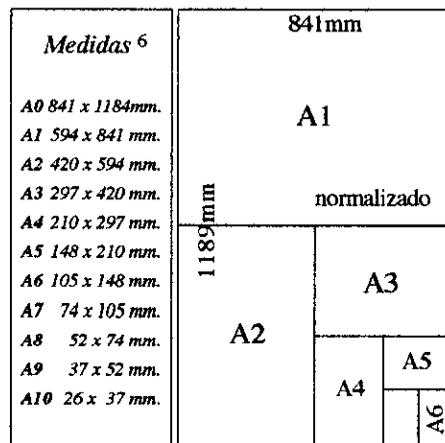


Fig. 3.4 Es de esta manera que podemos utilizar diferentes formatos con el mínimo de desperdicio

Otra consideración técnica es la elección del papel, generalmente cuando la publicación va a contener fotografías e ilustraciones es recomendable que se maneje el



Fig. 3.1 El encabezado de la publicación *Illustrated London News*, con cebido a partir de una ilustración



Fig. 3.2 Logotipo de la conocida revista *Harper's Bazaar* de principios del s. XIX



Fig. 3.3 Esta ilustración, de finales del s. XVIII, nos da una idea de como eran los puestos de revistas y libros en aquel entonces

3. *Enciclopedia Británica virtual*, <http://www.britannica.com>  
 4. ALLAN. Swan, *Como diseñar retículas*, GG, Barcelona 1990, p. 16  
 5. ZAVALA. Ruiz, *El libro y sus orillas*, 2a edición, UNAM, México, 1998, p. 28  
 6. *Ibidem*, p. 27-29

papel couché, según el texto, el libro y sus orillas, existen dos tipos: ...*los naturales*, que no poseen recubrimiento y *los sisse press* que pueden estar pigmentados y/o estucados como el couché. El papel satinado cuenta con tres calidades: ligero, mediano y grueso. El terminado satinado puede estar por una o dos caras.<sup>7</sup>

Después de que el tema, el formato, y el papel, están delimitados el diseñador empezará a concebir retículas que le confieran orden y personalidad a los interiores de la publicación. Una revista tiene la capacidad de aceptar hasta más de un diseño de retículas, confiriéndole a la misma mayor versatilidad y distinción en cada uno de sus artículos o secciones. Las retículas son los esquemas o esqueletos en donde se posicionan los elementos que conforman una publicación, fotografías, ilustraciones, las cajas de texto, encabezados, etc.<sup>8</sup>



Fig. 3.5 Esta página logra la armonía que representa gracias a que todos los elementos se encuentran superpuestos a una estructura, es decir, a una retícula.

Teniendo las secciones necesarias en la revista y con los elementos antes descritos a *grosso modo*, podemos decir que esta lista para mandarla a imprimir, es importante mencionar que esto es sólo un esbozo de lo que es la creación de una revista que no se comparará con todo lo que hay de trasfondo en el ejercicio del diseño editorial.

### 3.4 Géneros de la revista

Así como el conocimiento avanza, así las diferentes manifestaciones del hombre, es

por ello que dar una clasificación de los géneros de las revistas sería arriesgado ya que siempre excentaríamos alguno. Si hablamos de géneros podemos basarnos en las clasificaciones que hacen en los distintos establecimientos en donde se venden, tomando en cuenta la practicidad de este tipo de clasificaciones:

- Deportes y entretenimiento
- Giornata
- Tecnología
- hogar
- Salud
- Economía y finanzas
- Política

A esta clasificación la modificaría integrando la división de sociedad y aquí integraría los diversos estudios y/o análisis sobre la sociedad, como la antropología la política..., temas intrínsecamente ligados con la sociedad).

Ahora bien, en el libro, *Magazines for libraries*<sup>9</sup>, Katz William Armstrong nos muestra una lista de los títulos existentes en los años 20's, que nos da una idea de cuanto ha cambiado con lo existente hoy día: Aeronáutica y ciencias espaciales, Africa, Agricultura, Antropología, Arqueología, Arquitectura, Arte, Astrología, Astronomía, Ciencias atmosféricas, Automóviles, Bibliografías, Ciencias biológicas, Razas negras, Revisión de libros, Negocios, Química, Niños, China y Asia, Revistas de ciudades, Derechos políticos, Comics, Comunicaciones y media, Computadoras y automatización, Servicios de consumo, Diferencias de razas, Criminología y leyes, Estudios socioculturales, Danza, Ciencias de la tierra, Economía, Educación, Ingeniería y tecnología, Ecología, Ciencias del ambiente, Europa y medio este, Ficción, Folklore, Enseñanza de lenguas extranjeras, Revistas gratuitas, Juegos, Jardinería, Genealogía y heráldica,

7. Ibidem.

8. Apud. Op. cit. SWAN. Allan...

9. AMSTRONG, William Katz. *Magazines for libraries*, 2a edición, Xerox, New York, 1972, p. índice.



Geografía, Revistas gubernamentales, Salud, Historia, Hobbies, Economía casera, Caballos, Humor, Indios americanos, Diseño de interiores, Periodismo y literatura, Relaciones laborales e industriales, Latinoamérica y los chicanos, Leyes, Publicaciones periódicas, Filosofía y lingüística, Revisiones literarias, Literatura, Pequeñas revistas, Matemáticas, Ciencias médicas, Revistas de hombres, Militarismo, Imágenes en movimiento, Música, Notas y opiniones, Oceanografía, Ciencias ocultas y brujería, Revistas de empleo y ocupaciones, Parapsicología, La paz, Mascotas, Filosofía, Física, Poesía, Ciencias políticas, psicología, Radio, televisión y electrónicos, Religión y teología, Ciencia, Sociología, Deportes, Teatro, Viajes, Estudios urbanos, Rusia y el este de Europa, Vino, Mujeres y adolescentes.

### 3.5 Viva Basquet

La revista deportiva *Viva Basquet*, es una publicación que se realiza a través de *Grupo Olimpia Editores*, con diez años de existencia. Es una revista que fué concebida por el Licenciado Francisco Javier Camargo, Lic. Gerardo Leal Villanueva, y el Ing. Antonio Aguilar Darriba, actual editor de la publicación y presidente de *GOE*.

#### Materia

En un principio *Grupo Olimpia Editores*, fué creada por la necesidad de sustentar ediciones de índole deportivo, de ahí su nombre *Olimpia*, lugar donde se realizaron los primeros juegos olímpicos. En un principio las publicaciones realizadas fueron: *Sportiva* (Ver fig. 3.6), revista que tenía gran parecido con *Sport Illustrated*, en cuanto a su contenido, donde se hacía referencia con distintos tipos de deportes. *Viva Basquet* fue otra de las publicaciones y que como su nombre lo dice se dedicaba al basquetbol, principalmente el nacional. Tiempo después y como respuesta a la necesidad de los lectores por obtener noticias recientes se creó *el semanario Viva Basquet* (Ver fig. 3.7), publicación con formato de periódico

que no duró mucho tiempo en circulación. De la revista *Viva Basquet*, el primer número salió en noviembre de 1990, (Ver fig. 3.8), cuando el basquetbol se encontraba en excelente estado ya que había varios eventos nacionales e internacionales presentándose en México, y este por su lado se encontraba en los mejores lugares. *Viva Basquet* realizó varios torneos en combinación con organizaciones como NBA, Sprite, Adidas, Televisión Azteca..., La NBA por su parte ha tenido estrecha relación con la revista ya que además de proveerle de fotografías, escribe artículos para la revista.

La revista *Viva Basquet*, se distribuye a través de publicaciones CITEM, antes Autrey, misma que distribuye en toda la República Mexicana, en el sur de Estados Unidos, Venezuela, Puerto Rico, República Dominicana, El Salvador, Costa Rica, Honduras y Panamá.

En el equipo de trabajo de *Grupo Olimpia Editores*, en sus orígenes estaba conformado por:

#### Presidente:

Ing. Antonio Aguilar Darriba

#### Dirección general:

Lic. Francisco Javier Camargo

#### Director comercial:

Lic. Gerardo Leal Villanueva

#### Director administrativo:

Lic. Francisco Javier Camargo y Lic. Eduardo Cardoso Valdés

#### Coordinación editorial:

Salvador Bonilla

#### Dirección de arte:

Isabel Noriega Escuria.

#### Producción:

Lic. José Antonio Ramírez

#### Colaboradores:

Germán Malvido (ilustrador),  
Prof. Francisco Córdoba (ejercicios)



Fig. 3.6 Primera portada de la revista *Sportiva*

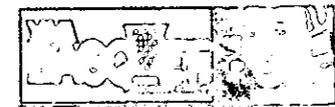


Fig. 3.7 Semanario *Viva Basquet*



Fig. 3.8 Portada del primer número de la revista *VB*, en 1990.

Podemos hacer un énfasis en los colaboradores presentando a Germán Malvido, quien presentaba esporádicamente una caricatura alusiva al baloncesto, podemos apreciar el estilo de sus ilustraciones en la figura 3.9, Otros colaboradores que podemos mencionar en la historia de VB, son: Víctor Solís (Ver fig. 3.10) y Ángel Boligán Carbo, (Ver fig. 3.11), con caricaturas generalmente, es a partir del último año de la revista donde se empiezan a delimitar secciones y por lo tanto se busca la manera de enfatizarlas a través de la ilustración.



Fig. 3.10 Ilustración de Víctor Solís que salió publicada en el semanario Viva Basquet en el no. 3

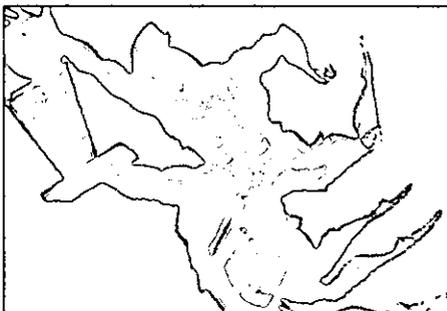


Fig. 3.11 Ilustración de Ángel Boligán Carbo, que se publicó en la revista VB, no. 62

Viendo el trayecto que ha tenido la revista durante estos diez años, podemos mencionar que los primeros tres años de su existencia tenía una tendencia bimestral, más adelante en 1994 tubo una severa crisis por la situación económica del país por lo que perdía constancia, por esta razón llega a sacarse cada 45 días hasta llegar con lo que es hoy una revista de tendencia mensual, con un tiraje de 50,000 ejemplares.

### Secciones de la revista

Como ya se mencionó, hasta hace un año se han venido consolidando, distintas secciones dentro de la revista por petición y aprobación, por supuesto, del público lector.

A continuación se mencionarán los segmentos que componen a la revista:

#### Foto Viva Basquet

La foto VB, tiene la característica de tener siempre la mejor fotografía apaisada, elegida por su espectacularidad y los equipos o jugadores que se encuentran destacando en el ambiente del baloncesto.

#### En la Mira

Este es un artículo de investigación que conjuga todos los datos necesarios de los jugadores de moda, el nombre de En la Mira nos da un doble sentido, ya que un jugador puede tener en la mira alguien dentro del juego, así también los lectores tienen en la mira a sus jugadores favoritos conociendo de ellos, todos sus gustos, hobbies y puntajes dentro de los juegos en los que han participado.

#### Uno contra otro

Aquí se confrontan dos jugadores de grupos rivales que se encuentran similares en puntajes, estilo de juego y actitud, permite un manejo versátil de los datos de distintos jugadores.

#### Poster

Del encuentro más importante de cada mes se colocan los jugadores más importantes es aquí donde puede estar uno u otro rival dependiendo de su desempeño dentro del partido. El formato es de dos páginas con orientación vertical.

#### Draft

Este es un artículo se dedica a resumir los acontecimientos más importantes a nivel del basquetbol estudiantil.

#### Top-10 VB

Este es un segmento relativamente nuevo, surgió de la inquietud de los lectores por



Fig. 3.9 Magic, de Germán Malvido, Viva Basquet No. 15

enterarse de la música que se destila en los ambientes basquetboleros y hasta historia de las diferentes corrientes musicales, se esta haciendo un convenio con SONY, para que se promocione música. Debido al lenguaje que usan los dos escritores del artículo, Allan Nash y Gustavo Martínez, los jóvenes se sienten identificados, ahunado a esto se les ofrece una imagen actual y moderna. Los escritores son personas metidas en el medio de hecho, son elementos que conforman parte del equipo en *el programa de radio Viva Basquet* (Ver fig. 3.12).

**Notas VB**

Este artículo simula un periódico, dándo las noticias más recientes dentro del basquetbol, los temas van desde expulsiones, puntajes más altos, familia y todo aquello que mantenga más enterados a los lectores. Esta secciones la última en realizarse dentro de los tiempos de entrega para lograr la frescura de la información.

**Porrista del Mes**

En base a los equipos ganadores se elige a una de sus animadoras que sirva de atractivo visual para los gustos masculinos, esta sección es muy solicitada por el público lector.

**Trivia**

Con la intención de hacer de la revista VB, una publicación donde el público participe activamente, se hace la trivia donde se pone a prueba los conocimientos de los lectores y son recompensados con regalos relacionados con el basquetbol.

**Basquetbol Nacional**

Debido a que la revista es mexicana sería un absurdo no hablar de lo que sucede en México, con respecto al basquetbol, esto motiva mucho a los lectores ya que se crean a sus propios héroes, se mantienen informados de los eventos, de las Universidades que apoyan el deporte ráfaga y así, de esta manera los mismos jugadores mexicanos se encuentran motivados por el reconocimiento que se les hace a través de la revista.

**Entrenador maestro**

Como se menciona dentro de los primeros colaboradores de la revista se encontraba el Profesor Constancio Córdoba, profesor de educación física que dedico su vida al mejoramiento y acondicionamiento físico de los jugadores de basquetbol, de hecho escribió un libro que ahora como trabajo postmorten se publica para homenajear al profesor y a su vez ayudar a los jóvenes que practican el basquetbol, a tener un óptimo desembolvimiento en el deporte.

**Encestando**

En esta sección los lectores nos mandan sus cartas con las sugerencias que hacen que cada día la revista sea cada vez más al gusto del público, también comentarios, saludos que desean que se publiquen en la revista, es importante mencionar que esta seccion es un catalizador de los comentarios y peticiones de los lectores.

**Ciberbasquet**

Ciberbasquet es una sección que publica las direcciones electrónicas de los lectores, además invita a los chats que se llevan a cabo todos los jueves a partir de las seis de la tarde, se publican promociones y productos que se ofrecen via electrónica en la página vivabasquet.com.mx (Ver fig. 3.13)

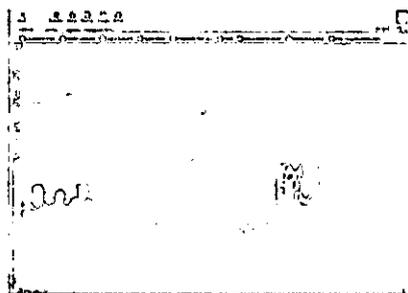


Fig. 3.13 Imágenes del sitio web de la revista V. Basquet

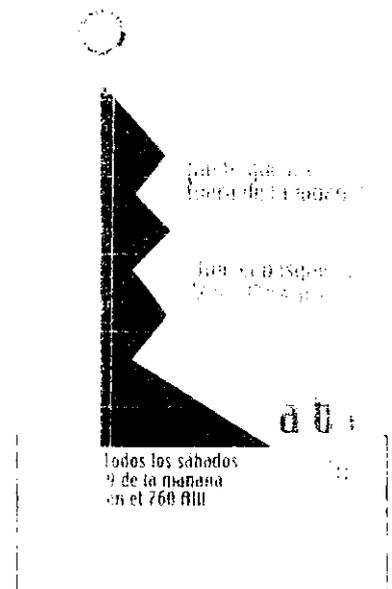


Fig. 3.12 Promo del programa de radio

**Perfil del lector**

Debido a que Viva Basquet es una publicación especializada se entendería que nuestro público lector es todo aquel que guste del basquetbol. Ahora bien, se han realizado estudios mismos que han arrojado los siguientes datos en cuanto al perfil del lector:

<b>Edad</b>	
De 9 a 12 años	16%
De 13 a 20 años	42%
De 21 a 30 años	25%
De 31 a 40 años	12%
De 41 en adelante	5%
<b>Educación</b>	
Elemental	12%
Nivel medio	31%
Nivel medio superior	40%
Nivel superior	17%
<b>Sexo</b>	
Femenino	35%
Masculino	65%

El promedio de las personas que coleccionan la revista es del 100% y son aproximadamente seis personas las que leen cada ejemplar.<sup>10</sup>

**Características Técnicas**

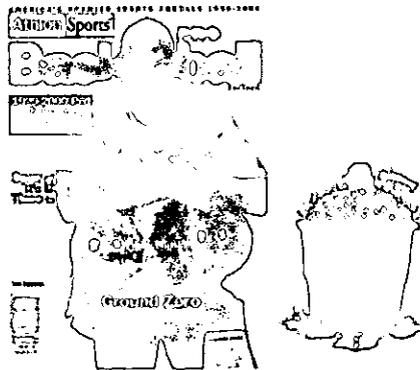
La revista *Viva Basquet* es una publicación con tendencia mensual, con un tiraje de 50,000 ejemplares y una venta del 80%, su precio es de 29.00 m.n., la impresión es selección de color sobre papel couché, encuadernación a grapa y forros con barniz de máquina. El tamaño de la revista es de 21 x 27 cm. al corte y su fecha de cierre son 10 días antes de la fecha de publicación.

**3.6 Competencia**

Aún cuando la revista deportiva *Viva Basquet* es la única revista mexicana que trata el tema del basquetbol, compite con las revistas extranjeras que se dedican al mismo giro, debido a su amplia cobertura de distribución.

Razón por la cual los mencionamos para así tener un entorno más fundamentado del producto a tratar, sus ilustraciones, si es el caso.

**País de origen:** EUA  
**Formato:** 200 x 266 mm.  
**No de páginas:** 114p  
**Segmentos:** no, es especial de basquetbol,  
**Uso de ilustraciones:** si



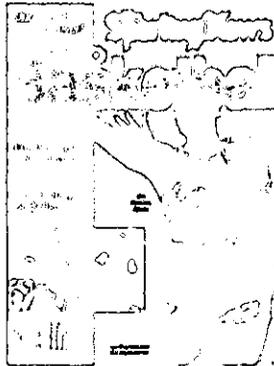
**País de origen:** EUA  
**Formato:** 20.2 x 27.5 mm.  
**No de páginas:** 130p  
**Segmentos:** Trash talk, Hype, In your face, Slamadomonth, Gear, Backcourt.  
**Uso de ilustraciones:** si.



10. Publicaciones CITEM. 1997

**País de origen:** EUA  
**Formato:** 26.5 x 20.3 mm.  
**No de páginas:** 80  
**Segmentos:** no  
**Uso de ilustraciones:** no

**País de origen:** EUA  
**Formato:** 20.3 x 26.5 mm.  
**No de páginas:** 128  
**Segmentos:** no es una edición especial  
**Uso de ilustraciones:** no



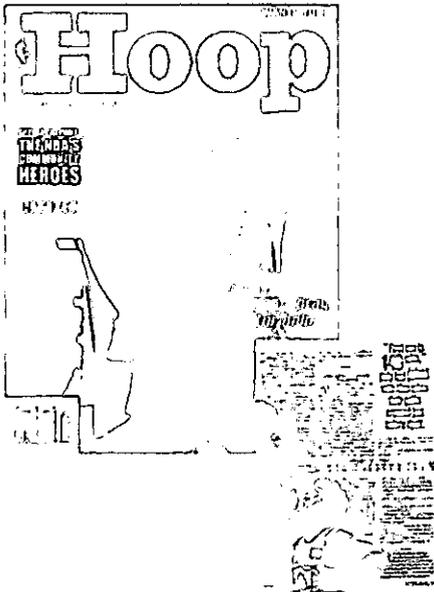
**País de origen:** EUA  
**Formato:** 20.4 x 26.5 mm.  
**No de páginas:** 100  
**Segmentos:** no, es una edición especial  
**Uso de ilustraciones:** si

**País de origen:** España  
**Formato:** 21 X 29.8 mm.  
**No de páginas:** 114  
**Segmentos:** Manos a la obra, Noticias, ¡Que me diges!, Moda, Porristas, Música, El próximo número, Videojuegos, hablando de internet.  
**Uso de ilustraciones:** si



**País de origen:** EUA  
**Formato:** 205 x 275 mm.  
**No de páginas:** 72p.  
**Segmentos:** Opening Taps, Bussines page, Global Views, History 101, Celebrity Row.  
**Uso de ilustraciones:** si

**País de origen:** EUA  
**Formato:** 205 x 275 mm.  
**No de páginas:** 96p.  
**Segmentos:** no  
**Uso de ilustraciones:** no



**País de origen:** España  
**Formato:** 210x 283 mm.  
**No de páginas:**  
**Segmentos:** Historia de la NBA. Los demás son artículos de temporada  
**Uso de ilustraciones:** no



Esto es lo que es nuestro cliente y su entorno, esto es: Viva Basquet, la única revista mexicana especializada de basquetbol, a través de este análisis, podemos tener el control de lo que se le tendrá que producir y lo que se desea hacer con la presente publicación, tal como lo menciona el presidente Antonio Aguilar Darriba: "Deseo promover el deporte, sobre todo el deporte mexicano, mi meta es que cada uno de los jóvenes tengan en sus manos la revista y compartan las metas de su vida encaminadas al deporte, siempre he trabajado en el medio deportivo y esta es mi forma de promoverlo dentro de los países de habla hispana, ha sido un trabajo arduo de no menos de diez años donde día con día se busca la excelencia, dirigida en todo momento a las nuevas generaciones." 11

11. Los datos recopilados con respecto a la información de la revista fueron adquiridos a través de la entrevista hecha al Ing. Antonio Aguilar Darriba, el 20 de marzo del 2000. En las instalaciones de Grupo Olimpia Editores, S.A. de C.V.

# Capítulo 4



Propuesta gráfica

# Capítulo

## 4

### Propuesta gráfica

En este capítulo se conjugará todo el conocimiento que se ha expuesto a lo largo de este proyecto, todo esto para lograr el óptimo resultado en la propuesta gráfica.

La manera en que este capítulo se desarrollará es el siguiente: se establecerán los requerimientos correspondientes al cliente, al público consumidor (jóvenes de acuerdo al perfil del lector, capítulo tres), al producto y al diseñador mismo. Estos serán los parámetros que nos darán la pauta para el proyecto.

#### 4.1 Requerimientos

##### Requerimientos del cliente

En base a la entrevista que se realiza con el cliente, éste exterioriza sus prioridades mismas que buscan la identificación de cada una de las secciones de manera agradable para el público usuario compitiendo también con las imágenes de revistas del mismo giro, todo esto para que resultado de la aceptación del proyecto gráfico, se logre una mayor promoción y existan más suscriptores. Intrínsecamente con esto se busca que cada segmento sea llamativo no sólo para los lectores si no para los posibles anunciantes para que estos patrocinen cada uno de los artículos, ya que como es sabido las revistas viven más que de sus consumidores de los anunciantes que auspician los gastos de la publicación. Este es el caso del segmento *Top-10 VB*, que se está tomando en cuenta para ser patrocinado por SONY, organización que entre sus tantas actividades esta la de vender música. Otra inquietud que presenta el cliente es, que una vez plenamente identificados los gráficos con el contenido de cada sección, que son parte del conjunto que es *la revista Viva Basquet*, éstos puedan ser reutilizados en artículos promocionales convirtiéndose en personajes de la revista.

##### Requerimientos del consumidor

Recordando que el que el público lector preponderante de la revista Viva Basquet son jóvenes de 13 a 20 años, de sexo masculino, todos los requerimientos se enfocarán a los lectores antes descritos.

Se considerarán ilustraciones que sean un vínculo de identificación entre estas y el consumidor, que además puedan ser puntos distintivos de cada uno de los segmentos y su contenido.

Habrà que considerar un estilo agradable, que se identifique dentro de la competencia, y es que debido a que el tipo de consumidor al que nos enfrentamos es muy demandante se estudiarán los íconos que representan a la juventud actual, moda, música, colores, formas, actitudes, etc. y hasta proponer un mantenimiento constante de los gráficos para que estos se mantengan actuales.

El perfil del consumidor nos hace considerar, la necesidad de representar elementos dinámicos, con movimiento, relacionados con el ambiente del basquetbol, moda deportiva, moda "cholo", capaces de invitar al lector a enterarse del contenido de la sección, teniendo puntos estratégicos que nos den una relación directa con el título o contenido del segmento.

Buscando así la demanda de los productos ofrecidos en la publicación

##### Requerimientos del producto

Las imágenes manejadas en la revista Viva Basquet deberán ser capaces de promocionar a la revista a través de cada uno de sus segmentos, identificando cada sección, además de que en la elaboración de los mismos se considerará la posibilidad de una reutilización designado tanto por el cliente como por el público lector.

Las imágenes que se empleen deben de ser atractivas, con gran movimiento y colores que llamen la atención del público en específico. En algunos casos el tamaño de las imágenes serán determinadas por el tamaño ya existente, en otras se mantiene libre pero se considerará un tamaño de grandes dimensiones con una resolución con la que pueda ser manipulada según las necesidades que se presenten.

**Segmentos:**

**Top ten VB**

*A este segmento se le ha designado dos páginas, esto determinará el tamaño de la o las ilustraciones. Tomando en cuenta que esta sección es escrita por dos escritores, Allan Nash y Gustavo Martínez podemos considerar dos personajes principales para que personifiquen de manera sugerente a cada uno de los escritores y considerar la posibilidad de una ilustración más para el encabezado de la sección.*

**Encestando**

*La revista VB, tiene establecido el formato para el área a ilustrar, ofrece las medidas de 6.8 x 27 cm. ya que esto permitirá en la parte trasera de la misma la promoción de productos, trivias, invitaciones, concursos, etc. es por ello que en este caso, la ilustración se limitará a un formato ya estipulado.*

**Ciberbasquet**

*Esta sección tiene designada una página completa, esto nos permite determinar el espacio para la ilustración no habiendo para esta otra estipulación o medida del formato.*

Es importante considerar la distancia de percepción de las imágenes, que vendría siendo la distancia utilizada para la lectura esto es unos 30 cm. aproximadamente.

En la sección de **Top-10 VB**, tenemos los parámetros para establecer el número probable de elementos a utilizar, de forma similar en la sección de **Encestando**, podemos

considerar la opción de hacer una metáfora con el nombre de la sección, esto nos llevará a pensar en un individuo con la actividad preponderante de *encestar*. En el caso de Ciberbasquet, tenemos elementos primordiales, la utilización de la computadora, internet y el basquetbol.

Las ilustraciones en conjunto deberán presentar una unidad, mencionando así el tema en común, *el basquetbol*, ya sea a través de una red, un balón, el estereotipo del jugador de basquetbol, etc.

En la elaboración de las ilustraciones se considerarán las técnicas que debido a su resultado gráfico y practicidad permitan el mejor resultado.

Habría que tomar en cuenta que dentro del perfil del lector esta la marcada inclinación a la moda, y esta tiene un carácter efímero, por lo que habrá que considerar la posibilidad de actualizar las ilustraciones descritas, para así mantener fresca la imagen del producto.

**Requerimientos del diseñador**

Aquí expondremos las necesidades técnicas y profesionales que serán necesarias para cada uno de los proyectos.

Todos los elementos creados para la revista tienen que integrarse con la psicología de la misma, tomando en cuenta la óptima realización del producto para la aceptación por parte de los lectores

El acabado de la ilustración deberá lograr una reproducción fiel y que los elementos importantes no se pierdan en la impresión.

Cada una de las ilustraciones deberá tener un punto de atención que dará por tanto su razón de ser. Se considerará una etapa de bocetaje para realizar las ilustraciones requeridas después de esto se experimentará con las técnicas que en base a la experiencia

se elegirá la que se crea óptimas para las necesidades específicas del trabajo, terminando con la resolución final.

Se considerarán las diferentes zonas en las que llegará la publicación para que las ilustraciones no tengan particularidades que demeriten la aceptación de las mismas en los diferentes sitios en donde llegará la revista, (toda la República Mexicana, el sur de Estados Unidos, Venezuela, Puerto Rico, República Dominicana, El Salvador, Costa Rica, Honduras y Panamá).

Se tomará en cuenta la temporalidad de las imágenes que a su vez permita nuevas demandas de trabajo en Grupo Olimpia Editores S.A. de C.V.

#### 4.2 Elección de la técnica

Para la elección de la técnica tenemos que considerar que esta debe de permitirnos un gran colorido, ya que los jóvenes tienden a buscar el color, más ahora cuando la moda impone una gran gama de colores energéticos que coinciden con el carácter juvenil. Otro factor importante que determinará la elección de la técnica es la rapidez con que se pueda realizar la ilustración ya que una publicación periódica siempre tiene el tiempo medido para poder salir a tiempo al mercado.

A continuación presentaremos técnicas de las más utilizadas exponiendo sus conveniencias rescatables para el mejor resultado:



Fig. 4.1 Ilustración del libro de Constancio Córdoba, Como mejorar tu resorte de Jenny Silva, tinta china.

En este ejemplo tenemos la conveniencia de la soltura que nos confiere el trazo, el movimiento y el énfasis que se le puede dar a la figura a través del contorno, aún cuando no hay presencia del color se podría considerar para la posible aplicación de la línea a través de la tinta en calidad de línea.



Fig. 4.2 Ilustración de la exposición de Lo mono del fumador, técnica mixta, ashurado y aguadas.

La técnica de las aguadas debido a su carencia cromática no resultaría benéfico para una ilustración para jóvenes que buscan el color.



Fig. 4.3 Ilustración lograda con la técnica de acuarela, Lo necesario para una boda.

La técnica de la acuarela nos permite una brillante cromática muy adecuada que en conjunto con un claroscuro bien logrado nos podría dar resultados óptimos. La aplicación es bastante cómoda, manejado sobre un sustrato de algodón lo más liso posible lograremos obtener una imagen fiel a la hora de la impresión. Para el propósito específico de este trabajo se buscará la aplicación de colores puros de gran brillante cromática.



Fig. 4.4 Otro estilo de ilustración lograda con la técnica de acuarela

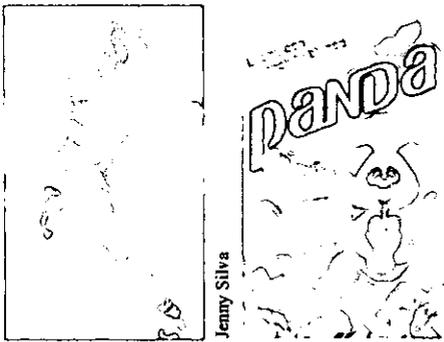


Fig. 4.5 Ejemplos de la ilustración digital y los acabados que ella ofrece

Dentro de las imágenes digitalizadas editadas por computadora, encontramos de dos tipos principalmente: Imágenes de vector y en mapa de bits, a esto podemos citar: "Las computadoras generan dos tipos básicos de imágenes: de vector y en mapa de bits (raster). (...) Las imágenes de vector, como las creadas mediante Adobe Illustrator, están formadas por líneas y curvas matemáticamente definidas, denominadas vectores. Por ejemplo, una figura que se dibuja en un programa basado en vectores se mueve, cambia su tamaño o gira como un objeto independiente porque el programa conserva la definición de la figura en forma matemática. Por esta razón, los programas basados en vectores funcionan mejor para la tipografía y otras formas que requieren límites claros y nítidos."<sup>1</sup> (Ver fig. 4.6)

"Las imágenes en mapa de bits, como las creadas por Adobe Photoshop, están compuestas por una cuadrícula o trama de cuadros diminutos, denominados píxeles. Por ejemplo, una figura dibujada en un programa basado en mapa de bits está formada por un grupo de píxeles en una ubicación particular, los cuales generan el aspecto de una figura. Para editar una imagen en mapa de bits se edita un grupo de píxeles en lugar de un objeto definido matemáticamente. Las imágenes de este tipo funcionan mejor con imágenes fotográficas o con imágenes creadas en programas de pintura."<sup>2</sup> (Ver fig. 4.7)

Aquí tenemos la técnica digital, producida

en el programa Photoshop, donde la técnica tradicional que más rescata es la del aerógrafo. Esta técnica nos proporciona rapidez, limpieza y la capacidad de corregir sin que el sustrato se debaste, con esto no demerito las demás técnicas existentes, pero en este proyecto en particular nos permite la calidad cromática que se había buscado además de efectos fotográficos que se pueden utilizar para un mejor resultado.

El programa Photoshop, es el programa por excelencia cuando de retoque fotográfico se trata, su compatibilidad con todo tipo de formatos de imagen y su compatibilidad en prensa la convierten en la más utilizada por los diseñadores. Una definición de este sería: "El software Adobe Photoshop es un programa para edición de imágenes que le permite crear y preparar imágenes digitales de alta calidad. El programa contiene una gran cantidad de herramientas de edición y capacidad de efectos especiales que le permiten manipular imágenes digitalizadas, diapositivas y dibujos originales. La capacidad para trabajar con múltiples capas hace posible aislar partes de una imagen para facilitar su edición y experimentación. Como una herramienta de producción. Adobe Photoshop produce separaciones de color y medios tonos de alta calidad que puede imprimir con opciones muy diversas".<sup>3</sup>

El procedimiento que se lleva a cabo para la ilustración digital es primeramente tener el esqueleto, ya sea desde la computadora o realizando el dibujo a mano alzada y escaneándolo, en esta última opción se considerará la destreza en el trazo si esta es óptima para el proyecto en específico, resultará más rápido y tendremos a favor el toque que aún no se puede obtener del todo dentro de la computadora, es decir la ilustración en línea para dar este toque distintivo del dibujo a mano alzada, en esta fase se determinará la composición y el estilo todo aquello que nos permita tener la ilustración lo más acabada posible a excepción del color. Se escaneará logrando las medidas requeridas y obteniendo



Fig. 4.6 Ejemplo de imagen vectorial

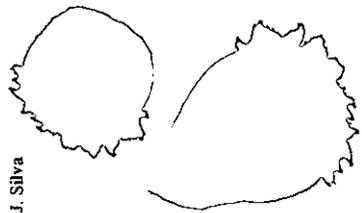


Fig. 4.7 Otro ejemplo de la ilustración digital (mapa de bits)

1. SARMIENTO, Martínez, Miguel Ángel, *Adobe Photoshop 4.0, Curso completo en un libro*, Práctico-Hall Hispanoamericana, México, 1997, p. 26

2. *Ibidem*.

3. *Ibidem*, p. 1

una resolución de 300 dpi, (mínimo de 266 dpi) "La resolución del dispositivo de salida, determina la calidad final de la imagen impresa, la cual se mide tanto en puntos por pulgada (dots per inch, dpi) como en líneas por pulgada (lines per inch, lpi)".<sup>4</sup>

Una vez dentro de Photoshop la imagen se encuentra susceptible a ser modificada, coloreada y corregida cuantas veces sea necesario, siempre respondiendo a los requerimientos de cada trabajo. Es importante para un buen resultado tener la pantalla calibrada para obtener así, la mayor fidelidad posible del resultado final.



**4.3 Desarrollo de las secciones**  
*Top-10, Encestando y Ciberbasquet*  
*de la revista Viva Basquet.*

En este apartado mostraremos los bocetos realizados y el proceso de elaboración, después de esto se expondrá una justificación que este íntimamente ligada con los requerimientos antes expuestos.



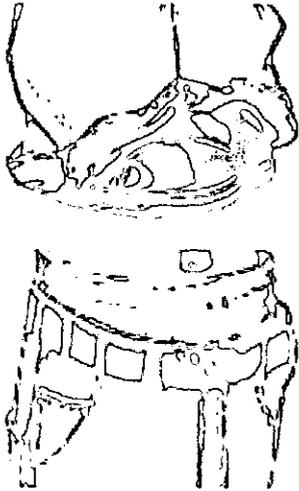
**4.3.1 Top-10 Viva Basquet**

En la elaboración de este segmento se manejaron tres conceptos básicos: *la música, los jóvenes y el basquetbol*, esto aunado con lo que es el segmento y los requerimientos que lo delimitan. Las primeras ideas que se manejaron fueron las siguientes:



4. Op. cit. SARMIENTO. Martínez... p.27

Los bocetos buscan emular el ambiente de la cultura cholo (Ver fig. 4.8) que va directamente relacionado con el basquetbol, se basa en personificar a los escritores del artículo y se busca una mascota, que de pie al título del artículo.



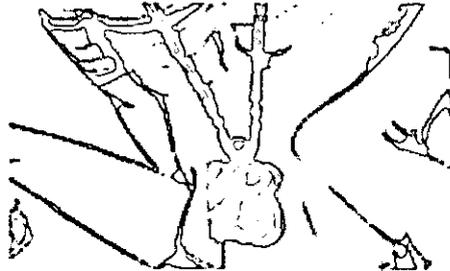
Se buscaron los detalles en las ilustraciones para dar una ilustración que sorprenda al observarse detenidamente.



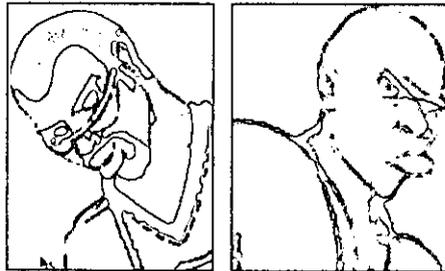
En el caso de una posible mascota se busca un elemento que sea parte del ambiente antes descrito, un spray, al que se le confiere tintes humanos como un ojo.



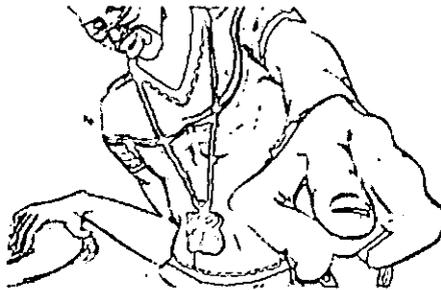
Como se menciona se busca la posibilidad de incluir dos personajes, por ser dos escritores los que participan en el capítulo. Y en ambos casos se busca el detalle y la identificación de la revista Viva Basquet.



En los personajes se cuida la gestualidad de los personajes, tipos rudos que incluyan al espectador.



Es importante ver que la perspectiva que maneja uno de los personajes busca incluir al espectador, y darle diversidad y dinamismo a la imagen.



Antes de manejar la técnica digital mostraremos uno de los bocetos manejados con acuarela, para poder comparar las conveniencias de una y otra técnica.

Si comparamos con los resultados mostrados en los ejemplos de ilustración digital,

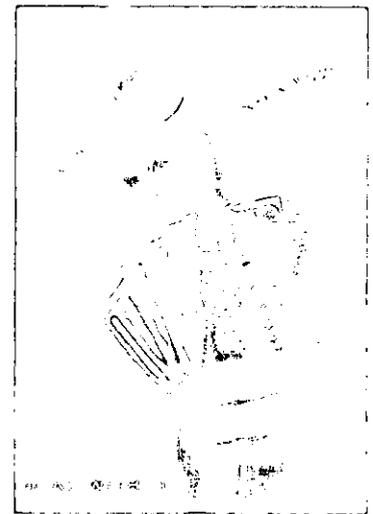


Fig. 4.8 Comercial de tarjetas coleccionables, este es un claro ejemplo de la moda, de la actitud, las tomas y colores utilizados dentro del ambiente del baloncesto.

veremos que contamos con una definición más evidente, un colorido más intenso y el marcado control de los brillos.

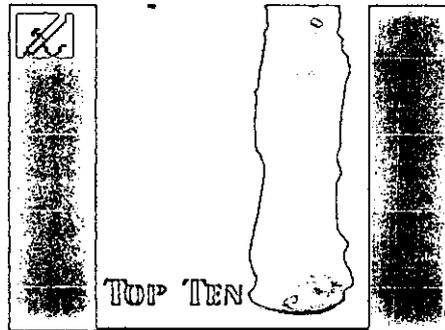


El proceso de digitalización fué el siguiente: Se obtuvo la imagen en línea escaneada en alta resolución, se limpió y se empezó a aplicar el color a través de platas con el ícono de la cubeta y la selección de un color determinado.

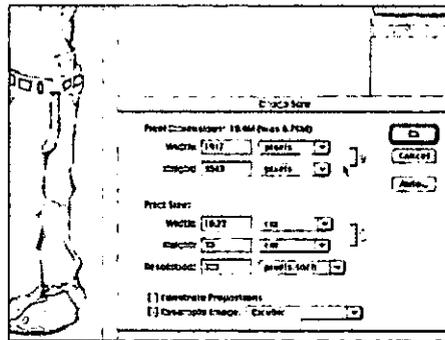


Una vez iluminado el motivo gráfico se procedió a dar volumen con el aerógrafo. Logrando así, un acabado con volumen y colorido, basándonos en que el aerógrafo pinta con propiedad cubriente sea este un color claro u oscuro, mezclándose si se gradúa la presión con que sale la tinta y el punto utilizado delimitado por mascarillas tal como se hace con la técnica tradicional. Pero sin el engorroso cambio de tintas, el aerógrafo en este caso no se tapa, la tinta no se chorrea, no se mancha nada alrededor, no hay ruido de la compresora, uno no aspira los pigmentos y hay posibilidad de corregir

los errores. No demerito a la técnica tradicional pero veo las conveniencias de la edición de imágenes por computadora



Tomando en cuenta que no había formato establecido y sólo se contaba con dos hojas dentro de la revista. Se realizaron las ilustraciones a tamaño carta con una resolución de 300 dpi.



Son dos escritores dentro de la revista por lo que se propuso dos personajes que materialicen a los escritores, el hecho de que los autores se turnen para escribir sus artículos en esta sección confiere la oportunidad gráfica de jugar con los personajes que tomarán preponderancia sobre el que no escribe.

**Gustavo Martínez** es un DJ profesional, además de participar en los programas de radio de la revista, este hecho hizo considerar la posibilidad de representar un DJ, mezclando música, con poses extravagantes propias del ambiente (Ver fig. 4.9 y 10), una pose que implique al espectador y aunque agresivo se utilizó una imagen entrópica donde la mano señala al espectador y su po-



Fig. 4.9 En este anuncio vemos más sobre la moda "cholo", poses, actitudes que se han vuelto moda.

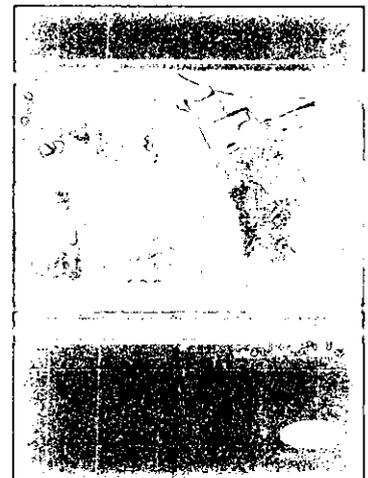
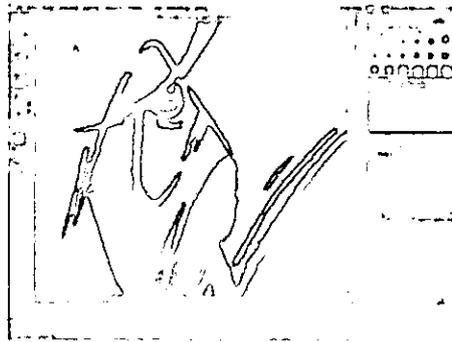
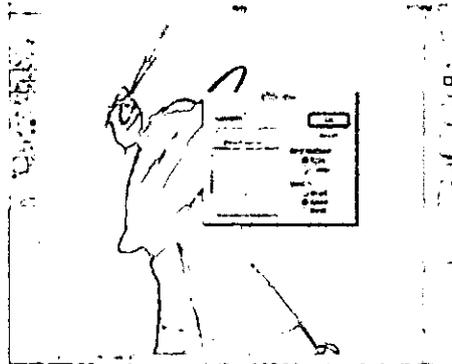
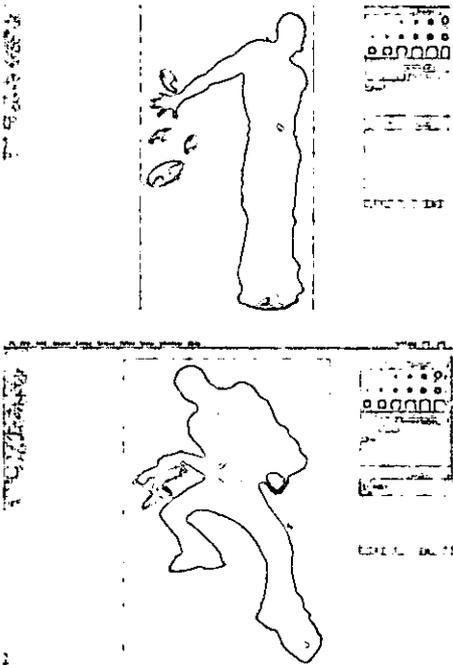


Fig. 4.10 Otro ejemplo de la marca Lutz con la representación de un DJ.

se que emula la toma de un lente de pescado le da el toque original y distintivo. *Allan Nash* por su parte da las 10 mejores propuestas musicales, da información de la música, corrientes, historia, pero tiene la característica de que aún cuando representa un muchacho rudo, siempre comenta de su abuela y los mandados que él le tiene que hacer. Esto me hizo pensar en la conjugación de dos actitudes una más evidente que la otra, es decir tenemos al personaje con una actitud rígida y malencarada, en combinación de una actitud infantil de sus pies y piernas. La rigidez de su pose va en contraste con la representación de Gustavo Martínez pero busca el equilibrio en la brillantez cromática de su atuendo.

dirigir al ojo en donde se encuentra el título, en su personalidad busca ser rudo pero su estructura resulta ser amable y graciosa. En tanto al aspecto conceptual el spray se relaciona con el grafitti, que va íntimamente ligado con el ambiente que hemos repetido durante el presente proyecto.



Por último y no menos importante esta un spray de pintura que interaccionará con el título del artículo, el spray tiene tintes humanizados que le dan vida y personalidad, su creación fué predominantemente con la herramienta del aerógrafo y un toque en la etiqueta que le diera tintes psicodélicos a través de un filtro llamado *radial blur*. Este personaje fué dentro de los tres personajes el que tiene más brillantez cromática para

Los dos personajes humanos fueron delimitados con las características de los DJ, ya que ellos se encargan de la música dentro de el ambiente del basketbol.

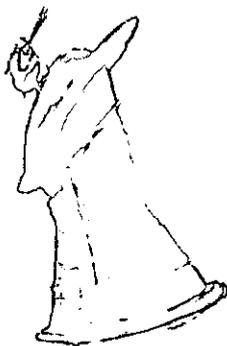
En las ilustraciones se manejaron estereotipos para que el lector pueda decodificar los mensajes lo más rápido posible, como lo es de que ambos conserven matices negroides, la moda que se esta usando, los colores que manejan, las actitudes, gestos peinados, etc.

A la hora de presentarlos en la publicación se propuso integrar el Spray con el título ya establecido en la publicación. Cuya fuente es llamada Gurnsey:

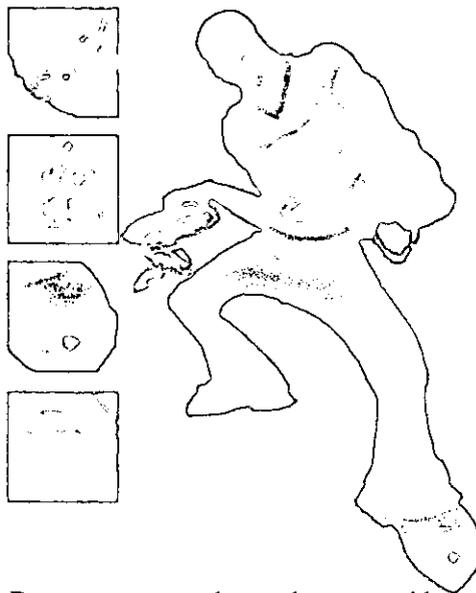
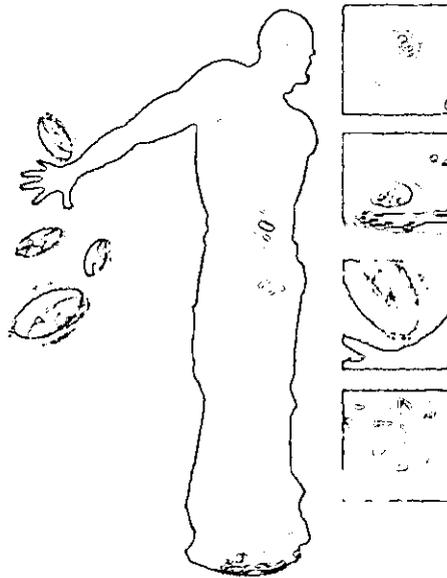
ABCDEFGHIJKLMN,OPQRSTU, VWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Este acomodo fue el designado para la publicación y el spray quedó de la siguiente forma:



A continuación se mostrará las dos imágenes restantes para ver el resultado al que se llegó, inmediatamente después se mostrará la solución que se logró en la publicación con las características específicas que ya se mencionaron al principio del presente capítulo.



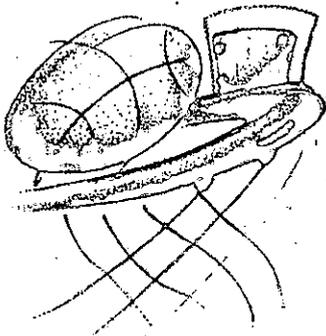
De esta manera podemos darnos una idea del detalle que se buscó en cada una de las imágenes, la caída de las prendas respetar la apariencia de los materiales como la piel de las sandalias negras, la mezclilla, el metal. Es ahora como se conjuga la plasticidad del trazo y la conveniencia del aerógrafo digital. A continuación presentaremos una escena en donde todos los elementos interactúen y un ejemplo de como fué la solución en la publicación.



### 4.3.2 Encestando

En esta sección de la revista Viva Basquet se manejó a la metáfora como primer recurso. Esto es, buscar el estereotipo del jugador clavando una pelota, la posición de despliegue a la hora del salto nos proporcionaría adaptar la figura al estrecho formato ya delimitado. Pero también se buscaba dinamismo y una figura de frente tal vez no tuviera gran impacto, entonces se decidió manejar una perspectiva agusada, con una evidente deformación en la imagen, lo que llamaría la atención.

Un jugador profesional tal vez no implicaría directamete al espectador ya que se busca que el espectador mande cartas. Esto hizo considerar la posibilidad de caracterizar a un jugador pero en la calle, y con esto se crearon los siguientes bocetos.



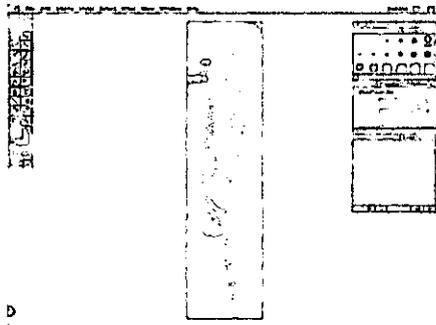
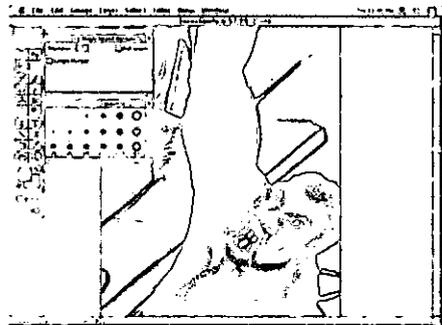
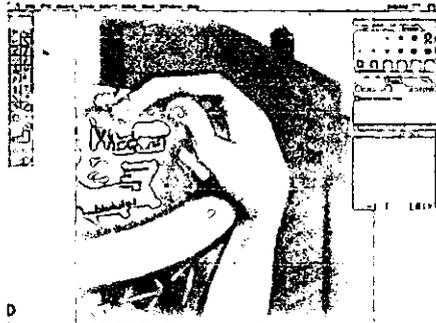
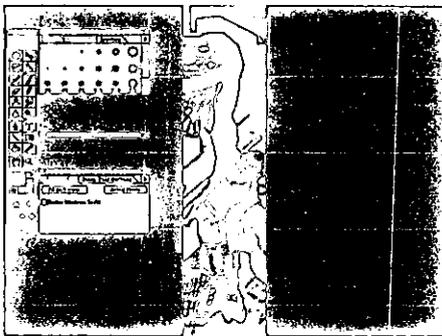
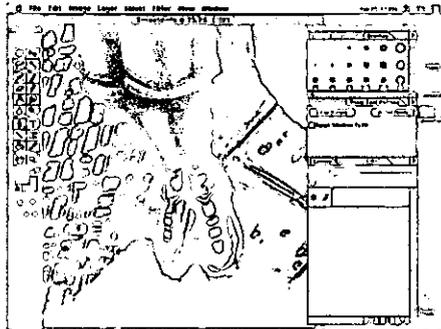
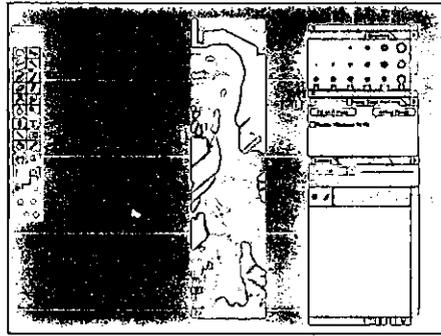
# ESTA TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA

Propuesta gráfica

En todos los casos se encuentra la acción de encestar, y se busca la perspectiva para crear mayor interés rompiendo con la rigidez de una toma de frente además el jugador describe una línea diagonal que como se mencionó en el capítulo dos cuando se menciona las virtudes de la línea, esta confiere la sensación de movimiento, ahora bien, las deformaciones resultado de *la toma de picada*, es una exageración de la realidad para llamar la atención, como lo mencionan los textos de la teoría y estética del arte donde mencionan que lo importante es retomar a la naturaleza pero convirtiéndola en otra realidad que por ser única del autor resulta interesante para el espectador<sup>5</sup>

Ahora bien, el jugador no encestará un balón para completar la metáfora, éste habrá de encestar una carta a Viva Basquet.

El proceso técnico que se utilizó en éste segmento, es el mismo utilizado en Top-10 VB, por lo que presentaremos las imágenes para llevar una secuencia del desarrollo de la ilustración.



5. VÁZQUEZ. Sánchez Adolfo, *Antología, textos de estética y teoría del arte*. UNAM, México, 1972 p. 21-26

La ilustración de encestando es una ilustración metafórica como ya se refirió, se maneja un jugador de basquetbol en la calle, para que el espectador se sienta incluido en él. El ambiente oscuro en alguna parte de la ciudad en combinación con el trazo y actitud del personaje dan un tinte de comic, aspecto que resulta muy popular entre los jóvenes. La actitud del jugador denota esfuerzo, coraje y decisión para poder alcanzar la meta que busca, no es sólo la actitud de su cuerpo, también la gesticulación apoya lo antes descrito.

Como ya se mencionó la composición preponderante en esta ilustración es una diagonal lo que le confiere más movimiento y nos hace énfasis de la altura de la canasta.

En cuanto al color refiere, se pensó en la jerarquía de cada objeto y se busco darle énfasis al jugador, debido a la brillantez cromática que presenta su atuendo, después el jugador nos dirige a través de su brazo hasta la carta que esta encestando en la red con un aro rojo, esto es como si se subrayara la acción que vendría siendo mandar cartas a Viva Basquet.

Se buscó un fondo oscuro para dar énfasis al personaje y su acción, pero aún cuando su atuendo llama la atención es sólo en la parte superior de su cuerpo, sus pantaloncillos fueron definidos con un color menos llamativo, más frío para reforzar la lejanía que hace

evidente la perspectiva, y las dimensiones de cada objeto que según Dondis nos da más tridimensionalidad a la escena, "...en ninguna de las representaciones bidimensionales de la realidad, sean dibujos, pinturas, fotografías, películas o emisiones de televisión, existe un volumen real; éste sólo está implícito. La ilusión se refuerza de muchas maneras, pero el artificio fundamental para simular la dimensión es la convención técnica de la perspectiva. Los efectos que produce la perspectiva pueden intensificarse mediante la manipulación tonal del claroscuro..."<sup>6</sup>

Por otro lado la tipografía se estableció por parte de la revista cuyas fuentes son:

Techno

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

ErikRightHand

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

en cestando

Con el título diseñado y la ilustración terminadase integró a la ilustración el resultado fue como se presenta a continuación la solución gráfica y la aplicación editorial.

en cestando



6. DONDIS, Doris, *La sintaxis de la imagen, Introducción al alfabeto visual*, Ed. G Gilli, Barcelona 1982. p.74

### 4.3.3 Ciberbasquet

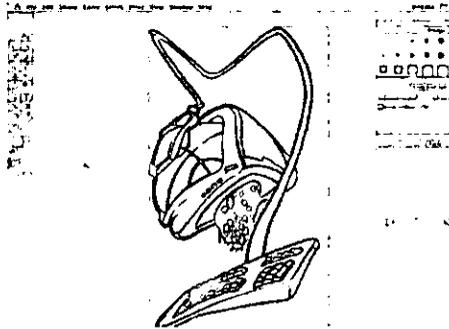
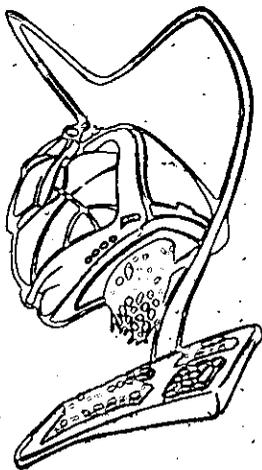
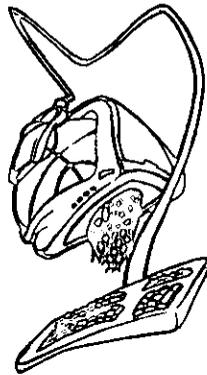
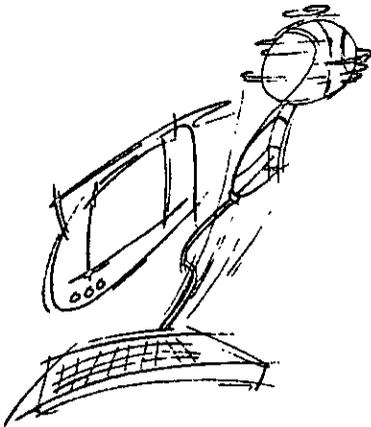
En esta sección los elementos preponderantes son el basquetbol y la computadora con todo lo que ello implica. Una vez más se busca la promoción para que el público lector mande e-mails y crear con esto una comunidad *Viva Basquet*, además de invitar al chat que se hace los jueves a las 6:00 pm. con gente conocedora del deporte ráfaga. En cuestiones técnicas habrá que mencionar que la página en que se encuentra esta sección es una antes de la cuarta de forros. Todo esto y lo antes descrito en los requerimientos arrojaron los siguientes resultados.

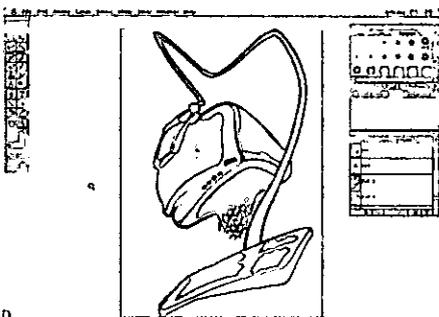
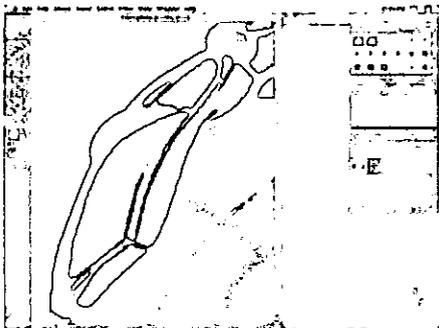
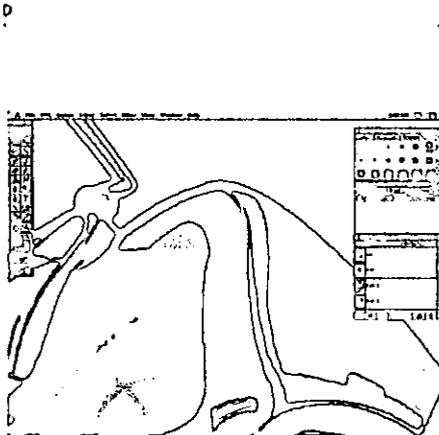
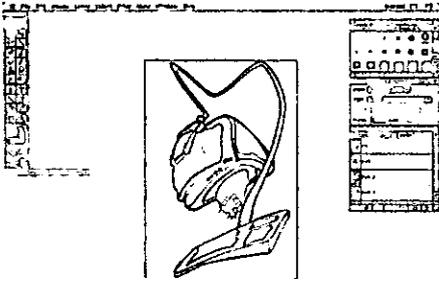
Se hizo una prueba con la técnica de acuarela para ver lo que ésta podía ofrecernos:



La solución cromática fué agradable y llamativa, pero aún no logra el contraste que puede ofrecer la computadora, sobre todo en lo fácil que es en ésta última la aplicación de brillos y sombras.

A continuación se presentará el proceso técnico que se siguió como en los dos casos anteriores.





Como se puede observar se le dieron toques humanos a la computadora misma que es un híbrido de Mac (combinación de colores, teclado negro...) y Pc (mouse, base del teclado y botones de pantalla), ya que aún no se ha encontrado patrocinador para este segmento, lo que colocar un modelo específico sería como realizar un comercial gratis, evidentemente se manejan los detalles característicos de una iMac, ya que su diseño es agradable, moderno y divertido. Utilizamos uno de sus últimos colores, el azul que contrasta con su complementario, es decir con el anaranjado de la pelota de basquetbol. La computadora tiene elementos que nos permiten ver boca, mano, en fin debido a que este será el único motivo gráfico en esta sección, se le confirió tintes humanos para que se conforme como el personaje de la sección.

Los trazos son sueltos, con movimiento pero gruesos para contornear la forma, y que esta no se pierda, los colores son lisos para mantener una claridad en la forma así como la limpieza de la misma. Se utiliza una postura de tres cuartos e inclinado para insinuar movimiento "el movimiento es probablemente una de las fuerzas visuales más predominantes en la experiencia humana (...) el milagro del componente visual es dinámico"<sup>7</sup>, no colocamos letra alguna para que el diseñador editorial tenga la libertad de invertirlo, disminuir o aumentar su tamaño.

La idea principal en este gráfico es hacer ver que la computadora y el internet, pueden ser parte del basquetbol, es por ello que la misma computadora, se autoenciende, en una suerte de red que se encuentra bajo la pantalla, es la idea de juego, de que el lector interactúe, en fin, es la invitación a participar al programa que ciberbasquet tiene por computadora. Es hacer que el balón real caiga en un ambiente virtual.



Fig. 4.11 Dentro de la nueva generación de iMac, esta responde al nombre de Indigo.

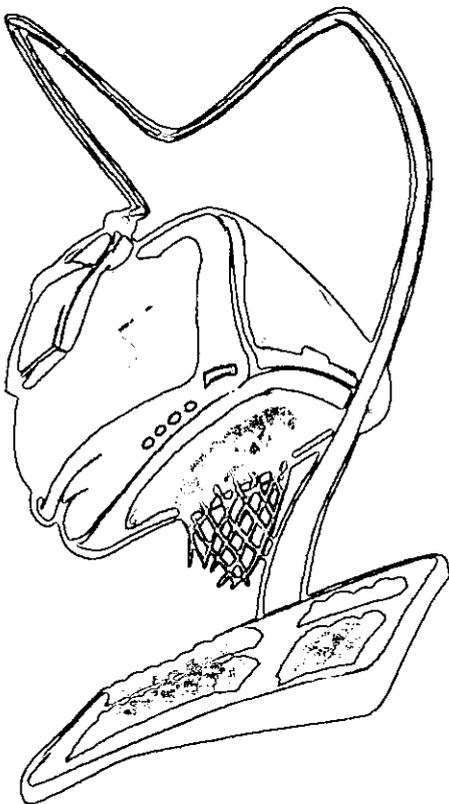
La tipografía como en los casos anteriores se manejó a partir del diseño editorial del artículo, la fuente que se eligió fue Arial black:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRS  
 TUVWXYZ

Lo que dió como resultado:

# CIBERBASKET

El resultado plástico y su aplicación quedó de la siguiente manera:



Todas las soluciones gráficas fueron publicadas y su inclusión fué en el número diez de la publicación, pensado para poder dar un *plus* a la publicación, ya que en este número el precio de la revista subió de 20 pesos a 29 pesos, además se incluyó un fascículo y se anuncia la aparición del nuevo megaposter para justificar el alza en el precio.

He de mencionar que este procedimiento para elaborar ilustraciones resulta muy rápido y cómodo, permite abarcar más proyectos, y conforme se sigue practicando se encuentran nuevos procesos para llegar a nuevas soluciones y optimizar el trabajo.

La computadora es una metáfora de las técnicas tradicionales, es una herramienta que nos puede dar la opción de mejores resultados, y también nos permite la experimentación.

En el presente trabajo trabajé junto con la diseñadora editorial, tratando de concretar una idea, en conjunto donde la ilustración y el diseño se integrara en uno sólo. Se platicó con el editor para considerar las posibilidades de utilizar las ilustraciones en artículos promocionales. Pienso que mi trabajo cumplió con la función de reforzar el artículo para que se quede en la memoria de los lectores y logre la inclusión de estos.

Y logré crear la necesidad de tener las ilustraciones en constante mantenimiento lo que en un aspecto comercial favorece directamente al ilustrador. Fué un trabajo muy agradable me agradó el resultado final, y más todavía tomando que no tengo un gusto especial por el trabajo a realizar, aspecto que es muy usual en la actividad del diseñador y no por ello el resultado tiene que demeritar.



Ejemplo de la solución editorial del artículo Ciberbasket



Número 10 de la revista Viva Basquet

# Conclusiones

El proceso de investigación que se expuso en el presente proyecto, llevado hasta su culminación, logro hacer conciente y reforzar lo que es el proceso creativo en el campo del diseño.

En base a la investigación, se logró llegar a definiciones específicas, resultado de la recavación de la teoría y la experiencia; refiero con esto a conceptos como la comunicación, el diseño y la ilustración principalmente.

La investigación y la experimentación permiten al diseñador la *plus valía* de su trabajo, es a partir de la búsqueda de nuevos resultados que logra el impacto para los consumidores y más aún para el cliente.

La búsqueda de resultados no sólo es para la venta del producto, es además una búsqueda para optimizar resultados y lograr una disminución en el tiempo de realización, para que desde un enfoque comercial logremos las ventajas correspondientes.

En este proyecto se contó con la premura del tiempo ya que es una publicación periódica dónde sus artículos son determinados según los eventos que van con el giro al que se dedica cada publicación, en este caso el basquetbol.

Lo que provocó la búsqueda de una técnica de rápidos y buenos resultados, si bien es cierto, la computadora no es la única solución habrá que tomar en cuenta que cada día los avances tecnológicos logran mayores alcances en el área del diseño, y no hay que negarnos la experimentación de nuevos procesos que nos permitan un mejor desempeño de nuestra actividad profesional.

Ciertamente los resultados que obtuve me dejaron satisfecha y con la inquietud de seguir incursionando en esta área que cada día va en aumento, sin embargo no olvido el aspecto tradicional que en lugar de que esten peleados considero una ayuda mutua en busca de mejores resultados.

Creo que mi trabajo esta proponiendo un nuevo estilo en el campo específico a tratar (el basquetbol), estoy dando una nueva propuesta que de manera gratificante gusta, y esto lo comento desde el mismo momento en que mi trabajo se publica hasta que compañías como SONY, les agrada el ambiente y el estilo que proyecta, el contenido, el diseño y la ilustración del segmento Top-10, como para que este sea patrocinado.

El diseñador por otro lado tiene a su cargo una actividad en donde se tiene que dar importancia preponderante al aspecto teórico, si bien es cierto que el diseñador se encuentra siempre con la condicionante del

tiempo se debe de contar con un respaldo teórico, que ayude a sustentar su producto final. La parte teórica dentro del proceso del diseño tiene varias ventajas para el diseñador: lo ayuda a sumergirse en la esencia de lo que será el producto a realizar, le dará los parámetros para que pueda seguir una línea que ubique a su producto en un cierto campo dentro del mercado o bien, le permitirá hacer conciente la ruptura de paradigmas específicos que lograrán un mensaje entrópico dando una mayor difusión al mensaje a comunicar, si este fuera el caso. En un aspecto más práctico la teoría ayuda al diseñador a justificar su trabajo, ya que un diseñador pasa la mayoría del tiempo justificando su trabajo para que este sea aceptado por un cliente, le dará la seguridad de que lo que hace sea por una razón específica. La práctica de una investigación previa, con el tiempo da al diseñador la capacidad de que esto se vuelva un hábito que mas adelante sea una actividad automática, que permita un trabajo sustentado y rápido, esto irá aumentando el acervo teórico del diseñador. Todos nosotros tenemos la capacidad de recibir ciertas sensaciones de manera generalizada, por ejemplo los colores, las formas, pero el diseñador tiene que tener el manejo de cada elemento integrado en su mensaje para que éste sea lo que se quiere comunicar. Es por esto que este acervo teórico resultado de la teoría y la experiencia provera al diseñador de una optimización en la realización de sus mensajes visuales.

No hay mejor manera de saber lo que es el ejercicio de la comunicación gráfica, que ejerciéndola, es aquí dónde uno podrá saber lo que nos falta apenas egresados de la carrera para enfrentarnos a este campo tan competitivo. El diseñador tiene que ser un buen comerciante de sus ideas para que estas puedan materializarse a través de los distintos campos de trabajo sea en un trabajo con horario estipulado o por cuenta propia (free lance), seguido a esto el diseñador tiene que tener una idea global de todas las demás áreas del diseño, para que, considerándo todas ellas pueda tener una óptima solución de su trabajo, hablo de la impresión, de la resolución, de los distintos sustratos a los que puede ser susceptible el producto, pese a que muchas veces nuestro trabajo termina en la entrega del trabajo físico. El diseñador tiene que tener la visión para proponer nuevos proyectos y por que no, adelantarse a lo que se supone ya resuelto, dar nuevas opciones que nos permitirán mas satisfacciones como profesionistas. El trabajo profesional responsable será una carta de recomendación para el diseñador. En base a mi experiencia profesional cuando se da más de lo que se pide, es muy probable que se acepte el proyecto, y que se le tome a uno en cuenta para próximos trabajos. A esto podría agregar que un diseñador tiene que ser todo razón en cuanto a justificar el trabajo para que a partir de la razón se logre la aprobación del mismo y todo sentimiento cuando se trata de la estética; razón y estética en equilibrio para un óptimo resultado.

# Bibliografía

1. AMSTRONG. William Katz, *Magazines for libraries*, 2a edición, Xerox, New York, 1972, 222 p.
2. BLANCHARD. Gérard, *La letra*, Ed, CEAC, Barcelona 1988, 295 p.
3. BOWERS. John, *Introduction to two-dimensional design*. Ed John Wiley & son, Inc. USA, 1988, 123 p.
4. BRAHAM. Bert, *Manual del diseño gráfico*, Ed. Celeste, México, 1980, 250 p.
5. *Catálogo general internacional de pinceles Rafael*, 1993
6. CNA. *Catálogo de ilustradores*, 1988.
7. COLYER. Martin, *Como encargar ilustraciones*, Ed G Gilli, México, 1994, 144 p.
8. DALLEY. Terence, *Guía completa de ilustración y diseño*, H Blume. Madrid, 1981, 224p.
9. DONDIS. Doris, *La sintáxis de la imagen, Introducción al alfabeto visual*, Ed. G Gilli, Barcelona 1982, 210 p.
10. E. MARTÍN y L. Tapíz, *Diccionario Enciclopédico de las artes e industrias gráficas*, Biblioteca profesional EPS, ediciones Don Bosco, Barcelona. 1981, 651 p.
11. *Enciclopedia Británica virtual*.  
Tema: color, <http://www.britannica.com>
12. *Enciclopedia Encarta*. Tema ilustración, <http://www.encarta.spn.com>
13. MUNARI. Bruno, *Diseño y comunicación visual los elementos del proceso*. G. Gilli, Serie GG Diseño, 1985 Barcelona España, 8a edición, 365p.
14. FERRER. Rodriguez Eulalio. *Comunicación y comunicología*, Ed. Eufesa, México 1982. 286p.
15. FERRERO. Juan José. *La psicología moderna de la A ala Z*, Ediciones Mensajero Bilbao, España, 1975, 534p.
16. *Guía de carreras*, México, UNAM. 1998
17. *Guía de carreras*, México, UNAM. 1990
18. GÜNTER. Hugo, Magnus. *Manual para dibujantes e ilustradores*, GG Diseño, Barcelona, 1982. 257 p.
19. GUZMÁN. Leal Roberto, *Historia de la cultura*, Editorial Porrúa, México, 15a edición, 483 p.
20. *Kishwaukee College*, Illinois, USA. <http://kish.cc.il.us/dra/airbrush.html>

21. MC QUAIL, Dennis. *Introducción a las teorías de la comunicación de masas*, Editorial Paidós, México, 1993, 452 p.
22. MONREAL, José Luis, José María Gispert, et al. *Diccionario enciclopédico ilustrado Oceano Uno*, Ed. Océano Gallach, Bogotá 1992.
23. MURRAY, Ray, *Manual de técnicas*, GG Barcelona, 1980, 199 p.
24. OWEN, William. *Diseño de revistas*. G. Gilli, México 1991, 237 p.
25. PAOLÍ, Bolio Antonio, *Comunicación publicitaria*. Ed. Trillas, Serie Biblioteca Básica comunicacional, 1988, México, 141p.
26. POWELL, Dick, *Técnicas de representación*, Ed. Blume, Madrid, 1986, 157 p.
27. RICHARD, Ellis & Mc Clintock Ann. *Teoría y práctica de la comunicación humana*, Ed. Paidós, Barcelona 1990, 231p.
28. ROMERO, de Terreros, Manuel, *Grabados y grabadores de la Nueva España*, Ed. Arte mexicano, México, 1948, 575 p.
29. SARMIENTO, Martínez Miguel Ángel, Adobe Photoshop 4.0, Curso completo en un libro, Practice-Hall Hispanoamericana, México 1997, 276 p.
30. SIMONS, Jennings, *The new guide to professional illustration*. Head line publications, 185 p.
31. STAN, Smith, *Manual del artista*, Ed. Blume, España, 1982, 320 p.
32. SWAN, Allan, *Bases del diseño gráfico*, Ed. G. Gilli, Barcelona 1990, 144 p.
33. SWAN, Allan. *Como diseñar retículas*, G. Gilli, Barcelona 1990, 144 p.
34. VÁSQUEZ, Josefina Zoraida, *La educación en la historia de México, (Lecturas de la historia mexicana)*, Colegio de México, 1992, 311 p.
35. VÁZQUEZ, Sánchez Adolfo, *Antología, textos de estética y teoría del arte*, UNAM, México, 1972, 492 p.
36. ZAVALA, Ruiz, *El libro y sus orillas*, 2a edición, UNAM, México, 1998, 397 p.