

e n a p

**Escuela Nacional
de Artes Plásticas**

**“Ilustración digital
para los cuentacuentos
de la Teclita.com”**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Tesis

**Que para obtener el título de:
Licenciado en Comunicación Gráfica**

**Presenta
Fernando García Mondragón**

**Director de tesis:
Mtro. en A.V. Francisco Plancarte Morales**

**Asesora de tesis:
Mtra. en A.V. Ariadne García Morales**

México D.F., 2002



**DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO D.F.**

26



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO

Agradecimientos:

Este trabajo de investigación y propuesta gráfica está dedicado a mi madre, Bertha Mondragón; por su cariño y apoyo en todo momento, y a la pequeña María José por ser una nueva luz en el camino. Agradezco a mi hermana Dulce Evelyn y a todas las personas que contribuyeron de alguna forma en la realización de este proyecto.



Fernando Mondragón

índice

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Introducción. 9

I. DISEÑO Y COMUNICACIÓN

- 1.1 Comunicación. 12**
 - 1.1.1 Teoría de la comunicación. 18
- 1.2 Diseño. 22**
- 1.3 Diseño y comunicación. 28**
 - 1.3.1 Comunicación visual. 30
- 1.4 Diseño gráfico. 34**
 - 1.4.1 Campo de trabajo. 44
 - 1.4.2 Áreas del diseño gráfico. 46
- 1.5 Área seleccionada. 48**

II. ILUSTRACIÓN

- 2.1 Ilustración. 51**
- 2.2 Antecedentes. 53**
 - 2.2.1 Egipcios. 55
 - 2.2.2 Contribución china. 56
 - 2.2.3 Alfabeto. 58
- 2.3 Historia. 61**
 - 2.3.1 Grabado. 62
 - 2.3.2 Surgimiento de la xilografía. 63
 - 2.3.3 Ilustración y grabado en México. 70
- 2.4 Géneros. 75**
 - 2.4.1 Publicitaria. 76
 - 2.4.2 Editorial. 77
 - 2.4.3 Científica. 78
 - 2.4.4 Médica. 78

- 2.4.5 Infantil. 78
- 2.4.6 Modas. 79
- 2.4.7 Digital. 79
- 2.4.8 Técnica. 79
- 2.4.9 Arqueológica. 80
- 2.4.10 Botánica. 80
- 2.4.11 Geológica y geográfica. 80
- 2.4.12 Animación. 81
- 2.4.13 Cómic. 82
- 2.4.14 Arquitectónica. 82
- 2.4.15 Fantástica. 82
- 2.5 Herramientas. 83**
- 2.6 Técnicas y materiales. 87**
 - 2.6.1 Acuarela. 87
 - 2.6.2 Acrílico. 89
 - 2.6.3 Aguada. 91
 - 2.6.4 Lápices de color. 92
 - 2.6.5 Digital. 93

III. DE LA TECLA A LA TECLITA

- 3.1 De la Tecla a la Teclita. 95**
 - 3.1.1 Estatutos. 98
 - 3.1.2 Organigrama. 99
 - 3.1.3 La Teclita,com 100
- 3.2 Análisis de similares. 101**
 - 3.2.1 Cuadro de evaluación. 104
 - 3.2.2 Conclusiones. 106
- 3.3 Percepción. 107**
- 3.4 Pequeños usuarios. 112**
 - 3.4.1 6-7 años. 112
 - 3.4.2 7-8 años. 114
 - 3.4.3 8-9 años. 115
 - 3.4.4 9-10 años. 116

IV. Personajes de fantasía

- 4.1 Fantasía. 119**
 - 4.1.1 Fantasía, conciencia y pensamiento operatorio. 121
 - 4.1.2 Tipos de fantasía. 123
 - 4.1.3 Cuentos, relatos, películas y fábulas. 124
 - 4.1.4 Mitos, ritos y leyendas. 126
- 4.2 Personajes fantásticos. 130**
 - 4.2.1 Personajes publicitarios. 135

V. Proyecto gráfico

***Los cuentacuentos
de la Teclita.com***

- 5.1 Propuesta gráfica. 140**
- 5.2 Clásicos. 141**
 - 5.2.1 Digitalización de bocetos. 144
 - 5.2.2 Características de color para páginas Web. 146
- 5.3 Terror. 158**
- 5.4 Ficción. 180**
- 5.5 Aplicaciones. 196**

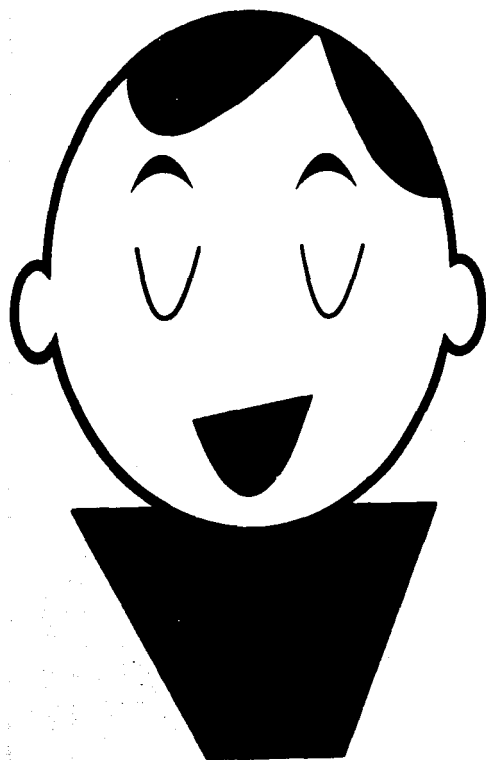
Conclusiones. 198
Citas. 200
Bibliografía. 202

introducción

El hábito de la lectura infantil en México va perdiendo la batalla frente al entretenimiento electrónico. Entre varias razones, como la falta de educación hacia el gusto por la literatura, factores económicos entre la población, el aceleramiento de la vida "moderna" y la facilidad con que la información y la imagen fluyen por los medios masivos de comunicación, se debilita la necesidad de leer y escribir productos de calidad para niños y jóvenes. El consumo audiovisual y la pérdida de la familiaridad con la palabra escrita nos asecha un imparable proceso degenerativo, en términos de degradación cultural y analfabetismo funcional que atañe principalmente a este sector de la población, cuya ligüística se ve empobrecida y estandarizada con actitud conformista y comportamientos y actitudes homogenizadas. Pero aún entre esta tendencia, existen opciones en los medios electrónicos de comunicación que se preocupan por darle productos de calidad al público, inspirándolo a ver con otros ojos nuestra realidad, tal es el caso de canales de televisión como onctv, el cuarenta o veintidos; en internet existe un sitio donde el nuevo escritor encuentra difusión de sus textos: *la tecla.com*; que se propone como un lugar en el que se puedan encontrar las herramientas necesarias para comenzar con mejores bases y pasos firmes en la literatura junto con recomendaciones de libros, talleres de técnicas de escritura en diversos géneros e información de donde se puede gozar de eventos culturales y entretenimiento. Este espacio de expresión y difusión literaria está conciente de la importancia del vínculo entre la población infantil con la cultura a través del *ciberespacio*; por ello, considera pertinente el crear una página cultural en la *web* con una sección especial dedicada a la difusión y promoción de cuentos clásicos y contemporáneos para motivar a los usuarios a leer y escribir sus propios cuentos, así como sus propuestas visuales relacionadas con la literatura. Para ello, retoma las viejas tradiciones de "cuentos para ir a dormir" y de los "cuentacuentos" -narradores que acompañarían al lector en su navegación por las letras-; siendo estos mismos personajes los que identifiquen tanto tres secciones de cuentos infantiles

(clásicos, ficción y terror) como la misma página *web*. Además este espacio pretende ser un foro para escritores e ilustradores que quieran formar parte de esta alternativa para los niños que comparten, en primera instancia, nuestra lengua.

Por esto se requiere diseñar la imagen para estos personajes por medio de la ilustración digital, reuniendo las características necesarias para crear un punto de referencia reconocible y original, para que la comunicación entre este espacio con los pequeños usuarios se simplifique y así el mensaje sea más directo, sencillo y atractivo. Para resolver esta necesidad se requiere del profesionalista en comunicación gráfica que esté conciente de la necesidad que existe por la promoción de la educación hacia el gusto por la lectura y escritura infantil; que valore los conocimientos adquiridos en su formación académica, participando en su sociedad no creando necesidades sólo de entretenimiento, sino resolviendo las realmente importantes para el desempeño del pequeño; que contribuya de alguna forma con el cambio en esta nueva civilización informativa-visual, que, aunque desigual para todos aquellos interesados que no tienen los recursos para acceder a los nuevos medios, es imparable a los cambios entre el libro con los medios digitales. También es necesario que este profesionalista este en contacto con su "niño interno" siendo lo suficientemente sensible hacia el trabajo de la ilustración infantil, involucrandose en las inquietudes, gustos y necesidades de los niños. Para poder dar una propuesta visual para este fin, se analizarán en los dos primeros capítulos las definiciones de comunicación, diseño e ilustración. En el tercero y cuarto se analizarán las características y requerimientos de nuestro cliente y usuarios, así como los sitios *web* similares y personajes de fantasía para desarrollar la ilustración digital de los cuentacuentos de *La tecilita.com* en nuestro último capítulo.



***comunicación
y diseño***

1.1 COMUNICACIÓN

En nuestros días es común utilizar un teléfono celular o mandar un *e-mail* para poder establecer una comunicación más directa. Los circuitos electrónicos, microprocesadores e imágenes generadas por computadora están alterando radicalmente las imágenes de nuestra cultura, los procesos de la comunicación y la misma naturaleza del trabajo. Estamos en una era donde la información fluye con gran demanda y es muy lejana a los comienzos de la aplicación de esta capacidad que poseemos algunos seres vivos de intercambiar ideas, emociones, principios, etc. con otros seres vivos; que en sus inicios se manifestó con la habilidad humana de producir sonidos y complementada con las marcas, los símbolos o imágenes realizadas por el hombre en su larga evolución desde los tiempos primitivos.

Pero para entender esta interacción podemos definir a la **comunicación** como "una interacción social por medio de mensajes, mensajes que pueden codificarse formalmente, mensajes simbólicos o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura. Cumpliendo con tres funciones principales con respecto al individuo: le proporciona un esquema del mundo, define su posición con respecto a otras personas y lo ayuda a adaptarse con éxito a su ambiente"(1).

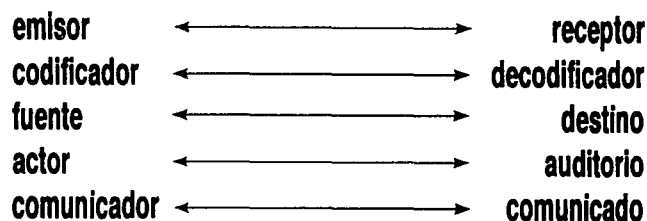
El **lenguaje** es el vehículo primario para la comunicación humana. Refleja simultáneamente la personalidad del individuo y la cultura de su sociedad, haciendo posible el crecimiento y transmisión de esta, la continuidad de las sociedades y el funcionamiento y control efectivo de los grupos sociales. "Siendo un sistema de símbolos —orales y escritos— que los miembros de una comunidad social utilizan de un modo uniforme para poder manifestar su significado"(2).

Pues entonces, el hombre realiza una interacción simbólica, él crea los **símbolos** que utiliza y esto lo diferencia de la comunicación animal. "Un símbolo es algo que se utiliza deliberadamente para representar una cosa; son las unidades básicas de los sistemas de comunicación. Pueden ser **verbales**, como en la palabra hablada; **gráficos** como en la palabra escrita, o de **representación**, como un escudo o una bandera"(3).

Para poder entender el proceso de comunicación es necesario saber los elementos que lo componen o lo que es lo mismo un **modelo comunicativo**. Se han desarrollado diversos modelos según la óptica de cada autor. Ninguno de ellos puede calificarse de "exacto" o "verdadero". Algunos serán de mayor utilidad o corresponderán más que otros al estado actual de los conocimientos acerca de la comunicación. La mayoría de estos modelos son similares al dado por Aristóteles, el cual está integrado por tres componentes: el **orador**, el **discurso** y el **auditorio** (4). Un modelo básico contemporáneo lo forman: **la fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador, receptor y efecto** (5). Aunque los factores de tiempo, época (lugar y fecha) e intención deben considerarse dentro del proceso de diseño.



Para que el proceso comunicativo se lleve a cabo es necesario la participación mínima de dos actores de la comunicación: un mensaje debe de enviarse, pero también recibirse. A estos actores los conocemos como el **emisor**, que es el que inicia y guía el acto de la comunicación y el **receptor** que es el que recibe el mensaje permitiendo que este proceso se complete y tenga cierto efecto. Para que los símbolos utilizados tengan un significado común, estos personajes deben compartir el mismo "ambiente social". En el siguiente cuadro tenemos las combinaciones entre el "quien" y el "a quien":



"El codificador de la comunicación es el encargado de tomar las ideas de la "fuente" y de disponerlas en un código, expresando el objetivo de la fuente bajo la forma de un mensaje. Así como una fuente necesita un codificador...el receptor necesita un decodificador para retraducir, decodificar el mensaje y darle una forma utilizable por el receptor"(6).

Al conjunto de símbolos seleccionados que persiguen comunicar información se le conoce como **mensaje**, "el cual está integrado por un código que se refiere al modo como se estructuran estos símbolos; un contenido que es el que tiene que ver con la selección de material para expresar un propósito y un tratamiento que se relaciona con el modo como se presenta el mensaje, es decir, su frecuencia, redundancia, énfasis, etcétera"(7).



Para que el mensaje viaje del emisor al receptor, se necesita de un medio, un camino o instrumento, que es conocido como **canal de comunicación**. "Cuando se interrumpe o se limita la transmisión efectiva del mensaje en el canal, se debe a la presencia del **ruido de comunicación**, que puede ser: ruido de canal cuando existe alguna perturbación en la fidelidad material del mensaje (un deficiente diseño editorial o una mala impresión); ruido semántico, por la interpretación equivocada del mensaje (palabras demasiado difíciles para el receptor, diferencias culturales o en el significado denotativo del mensaje entre los actores)"(8).



Según Blake y Haroldsen en su estudio de la Taxonomía de los conceptos de comunicación(9), cuando un individuo habla consigo mismo, la comunicación es de tipo **Intrapersonal**, esto es posible porque el hombre puede transformarse en objeto para él mismo mediante el empleo de los símbolos utilizados en su comunicación.



Cuando la comunicación tiene lugar de forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en ella pueden emplearse los cinco sentidos, con realimentación inmediata, la comunicación será **Interpersonal**; el estudio de este tipo de comunicación investiga situaciones sociales relativamente informales donde las personas mantienen una interacción enfocada mediante el intercambio recíproco de señales verbales y no verbales.



Pero cuando a este tipo de comunicación también le caracterizan consideraciones acerca del número, la posición del rol y la reproducción en serie de mensajes de una persona a otra nos referimos a una comunicación **organizacional**.



Una comunicación **intermedia** es aquella donde el grupo que recibe el mensaje es, generalmente, poco numeroso; el mensaje se transmite bajo condiciones restringidas, de rapidez, simultánea y con la presencia de un instrumento técnico. Aquí se incluye entre otros, a las telecomunicaciones entre dos puntos fijos (teléfono, estación radiotelegráfica móvil, radiofonía de aire a tierra, etc.); telecomunicaciones de vigilancia (radar, satélite meteorológico, control de la comunicación atmosférica, etc.) y películas familiares.



La comunicación de masas es un proceso vinculado con los medios masivos que se dirige a auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos. "Los mensajes se transmiten de forma pública, a menudo a una hora conveniente para llegar de modo simultáneo a la mayor parte de los miembros del auditorio y de naturaleza transitoria. El comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar mucho gasto. El acto de comunicación de masa, puede descomponerse en cinco elementos: **comunicadores** que **transmiten** un **mensaje** por intermedio de un **canal** a un **auditorio** con algún tipo de efecto"(10).

En el siguiente esquema se presentan las características y relación entre los tres principales tipos de comunicación:

	Auditorio	Mensaje	Fuente
Comunicación interpersonal	<p>Poco numeroso.</p> <p>Homogéneo.</p> <p>Identificable.</p> <p>Próximo en el espacio.</p>	<p>Transmitido en forma privada o bajo condiciones restringidas.</p> <p>El contenido carece de restricciones.</p> <p>La velocidad de transmisión determinada solo por las barreras normales de intercambio social.</p>	<p>El comunicador a menudo actúa con independencia de cualquier organización.</p> <p>No involucra gasto alguno.</p> <p>Se ponen en evidencia los líderes de opinión.</p>
Comunicación intermedia	<p>Poco numeroso.</p> <p>Heterogéneo / homogéneo.</p> <p>Próximo y distante en el espacio.</p> <p>Identificable.</p>	<p>Transmitido en forma privada o bajo condiciones restringidas.</p> <p>El contenido es especializado y/o técnico.</p> <p>Reciprocidad intelectual.</p> <p>Transmitido rápidamente.</p>	<p>Involucra un cierto gasto.</p> <p>Posición y profesional.</p>
Comunicación masiva	<p>Numeroso.</p> <p>Heterogéneo.</p> <p>Anónimo.</p> <p>Distante en el espacio.</p>	<p>Transmitido en forma pública.</p> <p>Transmitido rápidamente.</p> <p>De naturaleza transitoria.</p> <p>El contenido no es técnico.</p> <p>Sujeto a restricciones.</p>	<p>El comunicador actúa mediante una organización compleja.</p> <p>Implica un cierto gasto.</p>

Esquema de Interacción

contexto social

Condiciones de muestra

	Esquema de Interacción	contexto social	Condiciones de muestra
Comunicación interpersonal	Normalmente no estructurado (episódico, impulsivo, fragmentario). Realimentación inmediata.	Primario	Diálogo individual cara a cara. Discusiones familiares. Reuniones de clubes.
Comunicación intermedia	Puede ser o no muy estructurado. La realimentación puede ser inmediata o postergada	Primario secundario	Diálogo de individuo a individuo por un dispositivo intermedio (el teléfono). Mensajes de buque a tierra. Enseñanza mediante circuito cerrado de televisión.
Comunicación masiva	Estructurado. Realimentación postergada	Secundarios.	Televisión comercial, periódicos, radio, revistas, etc. Escritura en el cielo. Carteles. Campañas por correo directo.

1.1.1

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Por medio de la teoría de la comunicación se conocen y analizan diversas corrientes teóricas sobre el desarrollo y efecto de la comunicación y sus medios. Desde las características del desarrollo histórico de los medios masivos, así como las características de contenido y sus consecuencias tanto en la vida colectiva como en la individual, en los mensajes transmitidos por estos medios.

Para hacer una valoración de los significados y las consecuencias de lo que se transmite nos podemos remontar a los orígenes de la comunicación visual surgida, a partir de las evidencias encontradas en cavernas en África y Europa, "pertenecientes desde el paleolítico hasta los periodos neolíticos (35000 a. C., a 4000 a. C.) en las que se encuentran imágenes de animales y algunos signos geométricos como puntos, cuadrados y otras configuraciones que no fueron representadas con finalidades artísticas, tales como las conocemos actualmente, sino de comunicación visual por que estas pinturas fueron hechas para la sobrevivencia y creados con fines prácticos y ritualistas. Por las características de estas imágenes se sugiere que se usaron en ritos mágicos organizados para tener éxito en la cacería y tal vez como auxiliar didáctico para instruir a los jóvenes en la cacería como un esfuerzo de cooperación de grupo"(11).

El habla (habilidad humana de producir sonidos para comunicarse) fue una de las primeras habilidades desarrolladas por el hombre en su larga evolución desde los tiempos arcaicos. Pero la palabra hablada se limitaba por la capacidad de memoria de los individuos y el carácter inmediato de expresión que no podía trascender en el tiempo ni en el espacio; hasta que esta facultad se complementó con la escritura, cuya historia se abordará en el próximo capítulo en los antecedentes de la ilustración. El desarrollo de la escritura y el lenguaje visual, que son maneras naturales de comunicar ideas, perfeccionaron los métodos de representación sobre alguna idea o necesidad. Dando un salto hasta la presente era de la electrónica donde "el proceso comunicativo ha llegado a ser complicado y sofisticado, mediante el uso de medios y recursos tecnológicos que hoy integran los medios masivos de comunicación. Pero casi siempre el proceso comunicativo se convierte en un proceso informativo que exige al hombre del análisis, la crítica y la reflexión"(12).



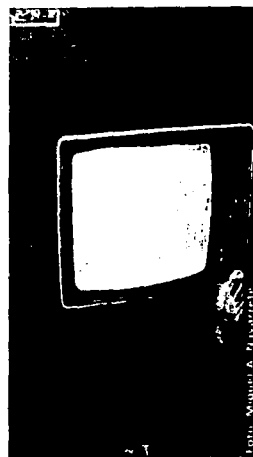
Según Smith en su libro *Communication and Culture*(13) sugiere que los investigadores sobre comunicación se ocupan de tres esferas básicas: **la sintaxis, la semántica y la pragmática**. La sintaxis se ocupa de las relaciones entre los símbolos, la semántica de los mensajes y la pragmática atiende las relaciones entre las señales y sus efectos sobre las personas; que a su vez se aplican bajo tres enfoques, **el matemático, el psicológico y lingüístico-antropológico**, cuyas características se muestran en el siguiente cuadro:

	Investigadores	Fuente de interés	Orientación clave	Ambito principal de estudio
MATEMÁTICA	Ingenieros electrónicos, físicos teóricos, Analistas de comunicación.	Progresos técnicos en ingeniería de telecomunicaciones	Análisis de la información en términos de probabilidad y estadística.	Sintaxis: Dentro de los mensajes. Semántica: No se ocupa. Pragmática: No se ocupa.
	Científicos sociales y del comportamiento.	Estudio de dinámica de grupos.	Análisis de los códigos y redes de comunicación humana.	Sintaxis: Entre los mensajes. Semántica: Aspectos culturales de los símbolos de codificación Pragmática: Cómo reaccionan las personas a los sim-
ANTROPOLOGÍA LINGÜÍSTICA	Lingüistas Antropólogos	Comparaciones interculturales del comportamiento	Análisis del habla.	Sintaxis: Dentro de los mensajes. Semántica: Aspectos culturales de los símbolos de codificación y decodificación.

Un aspecto importante que debemos distinguir es el de "los niveles de denotación y connotación de los mensajes. Llamamos denotación a la significación más inmediata, más textual de los mensajes. Si alguien me dice la palabra "árbol", comprendo simplemente eso: árbol. La denotación es el primer nivel de información de los mensajes. Sin embargo estos pueden estar diseñados con el fin de provocar un segundo nivel de información. Si me presentan el dibujo de una anciana, lo primero que comprendo es eso: anciana. Pero si ese dibujo lleva una serie de detalles: cejas que terminan en ángulos, un mentón puntiagudo, uñas larguísimas, cabellos desordenados, negra vestimenta, junto con aquella primera información (la denotativa) recibo otra que me dice a la vez: maldad, brujería. Este otro nivel es el de la connotación"(14).

Existen tres enfoques sobre la comunicación en la teoría de la comunicación de Vidales Ismael: **funcionalista, estructuralista y marxista**. "Los funcionalistas consideran a los medios de comunicación como instituciones que responden a necesidades de la estructura, es decir, cumplen funciones importantes en el mantenimiento del orden social y su proceso paulatino de transformación. Ellos estudian la comunicación a nivel fenómeno o de lo que aparece. De acuerdo con el funcionalismo, la información tiende a interpretarse como un conjunto de datos que disminuyen la incertidumbre. Los datos son entonces una especie de informadores y transformadores del individuo y de la sociedad.

Para los estructuralistas los medios de comunicación son sólo modalidades de transmisión, mediante los cuales se reestructuran ciertas formas que enriquecen su fuerza de expresión, es decir, los medios son los nuevos condicionantes para codificar o reforzar lo que en la sociedad tiene ya un sentido. El enfoque estructuralista sostiene que los sentidos engañan, y por lo tanto la comunicación se debe estudiar mediante la construcción de estructuras lógicas, que permitan descubrir las interrelaciones creadoras del sentido y las reglas que constituyen a las normas sociales.



Los marxistas pretenden observar los fenómenos en forma directa. La conciencia social es determinada por la forma o formas como se enfrentan las clases sociales al construir determinado tipo de sociedad, en determinadas condiciones sociales. Según los marxistas, se debe estudiar cada estructura significativa como resultado de una praxis social, de esta forma cada medio de comunicación impone sus propias características, y la estructura significativa se adapta a cada medio; pero también cada medio condiciona la función de la estructura o de las estructuras significativas que lo dirigen, de acuerdo con las prácticas sociales a que los emisores se orientan. Al desarrollarse la base y las superestructuras, se presenta una tendencia a romper con los viejos sentidos de comunicación y a renovarlos, como parte del proceso de renovación del orden social, mediante la práctica concreta de los hombres en condiciones sociales determinadas"(15).



Otro personaje de la comunicación nos conduce a una sobrevaloración de los medios, Mc Luhan quien afirma que "el medio es el mensaje" donde ya no interesa la función particular que estos han tenido en diferentes etapas de la historia en relación a los contenidos difundidos. "Mc Luhan lleva a sus extremos la valoración de los medios masivos afirmando que la historia debería dividirse en tres etapas:

- a) Una edad tribal, donde se desarrolla una comunicación oral y en la que los sentidos se relacionan armónicamente;
- b) Una edad de la cultura alfabética, que va a culminar en la imprenta;
- c) La era electrónica en la que la televisión conduce a la sociedad a un regreso al tribalismo.

Si cada técnica crea y desarrolla un ambiente a su alrededor, los problemas del futuro no serán sino tecnológicos. Al parecer las urgencias históricas no preocupan a Mc Luhan, que sumergido en su optimismo mesiánico espera que la era electrónica " haga del mundo una sola conciencia colectiva", conciencia que deberá desarrollarse al margen de toda ideología"(16).

Un aspecto relevante en la comunicación de tipo intrapersonal es el de la relación entre comunicación y empatía, en la cual encontramos dos teorías importantes, las cuales coinciden en que las predicciones del hombre sobre sus estados psicológicos internos se basan sobre conductas físicas observables, utilizando y manipulando símbolos para representar estas conductas físicas. Estas teorías son:

"Teoría de la empatía basada sobre la inferencia. Esta teoría se halla psicológicamente orientada. Sostiene que el hombre puede observar su propia conducta física directamente y relacionarla de manera simbólica con sus propios estados psicológicos internos: sentimientos, pensamientos, emociones, etcétera. A través de este proceso el hombre llega a tener significados (interpretaciones) para su propia conducta física. Desarrolla un concepto del ego, por sí mismo, basado en las observaciones e interpretaciones de su propia conducta.



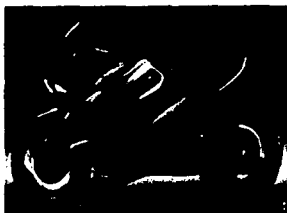
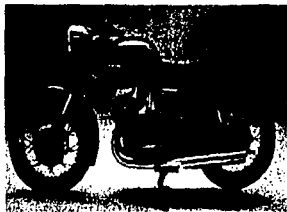
Teoría de la empatía basada en el desempeño del rol.

Los teóricos de la asunción del rol sostienen que el recién nacido no puede distinguir entre él y los demás, ni entre una y otra persona. Para desarrollar el concepto de sí mismo, el niño necesita primero verse como un objeto; tiene que actuar hacia sí mismo en igual forma en que actúa hacia los demás objetos, hacia las restantes personas. En otras palabras, el concepto de "sí mismo" no precede a la comunicación sino que se desarrolla a través de esta"(17).



La teoría de la inferencia supone un concepto del sí mismo, y sugiere que empatizamos al utilizar el concepto de sí mismo para hacer inferencias sobre los estados internos de los demás. Esta teoría sugiere que el concepto de sí mismo determina la forma en que empatizamos. La teoría de la asunción del rol sostiene lo contrario. Sugiere que el concepto del "sí mismo" no determina empatía. Más bien, que la comunicación produce el concepto del "sí mismo" y que el desempeño de un rol permite la empatía. Ambas teorías conceden gran importancia a la naturaleza del lenguaje, a los símbolos significantes en el proceso de la empatía y en el desarrollo de un concepto del "sí mismo". Hasta aquí se aborda este tema general tan importante para poder ir ubicando tanto el desempeño del comunicador visual y el proceso por el cual se transmiten los mensajes en el diseño de una ilustración.

1.2 DISEÑO

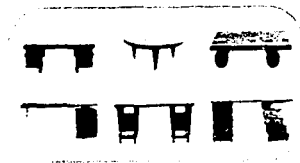
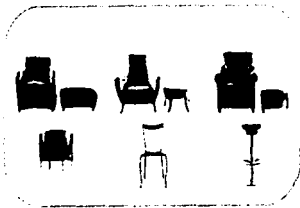


Cuando algún objeto de la vida cotidiana convence por su forma o por sus características funcionales, se hace referencia en cuanto a su diseño. Está donde se esté los productos del diseño invaden por doquier. Se encuentran en el comercio y en la casa, en el trabajo y en los espacios de diversión, donde quiera que haya un instrumento, un utensilio, un espacio creado, un vestido, un envase de perfume, un cartel, un libro...con ellos está el diseño.

Nada se crea, nada se fabrica, nada se expende que no haya sido antes diseñado, proyectado, estudiado en cada uno de sus aspectos. El buen diseño es señal inequívoca de éxito; por lo tanto, el producto tendrá aceptación. Un diseño inexpresivo, que no provoque interés por el objeto, será causa de fracaso de quien lo lanzó.

Aunque la palabra diseño (del latín **designare**, de las preposición "**de**" y "**signum**", que significa **marcar** o **designar**) es hoy utilizada con insistencia, aplicada a los más diversos objetos de uso cotidiano, a las formas de comunicación visual o a determinadas actividades profesionales creativas, al intentar definirla se corre el riesgo de caer en una fórmula poco precisa. En sus aspectos teóricos, el tema ha sido estudiado en diferentes publicaciones principalmente de ensayos, referidas a aspectos sociológicos y psicológicos del diseño o tratando de establecer ideas o propuestas sobre lo que debe basarse la práctica del mismo. "Diseño en castellano, equivale a "trazo" o "delineación" de formas por medio de gráficos; lo que le convertiría en un término análogo de dibujo. Un significado más cercano sería la de dibujo o esquema de la forma de algún objeto que va a crearse con un fin concreto, es decir la descripción gráfica de algo que va a realizarse materialmente, ya sean objetos"(18). Pero el sentido que en la actualidad tiene el diseño no puede quedar reflejada por completo en el intento de definición anterior, pues se trata de un simple dibujo aplicado a la comunicación visual o a la industria.

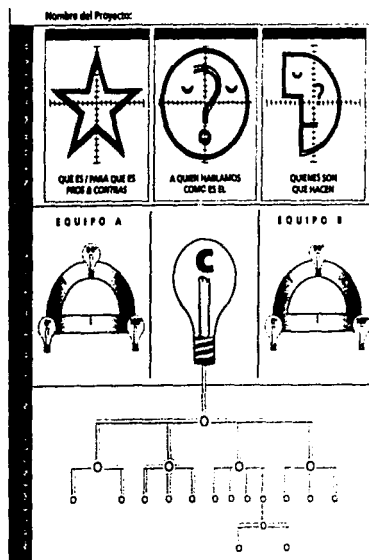
Según la nueva concepción, diseño no sólo significa "trazo" o "delineación" de la forma de un objeto, esto representaría cierta etapa o momento de un proceso más complejo que supondría, además de trazar, la planificación que llevase consigo idear y proponer un asunto junto con los medios para llevarlo a cabo; es decir, casi un proyecto completo. El diseño es una práctica en la que se forjan y determinan ideas y formas que han de materializarse posteriormente mediante procesos manuales o mecánicos"(19).



La utilidad designa el diseño y la fabricación de objetos, materiales y demostraciones que responden a necesidades básicas. Desde las culturas primitivas hasta la tecnología de fabricación altamente desarrollada de nuestros días, pasando por las culturas antiguas y contemporáneas, las necesidades básicas del hombre han cambiado poco. El hombre necesita comer; y para hacerlo necesita herramientas para cazar y matar, para cultivar y cortar; necesita recipientes para cocinar y utensilios con los que comer. Necesita proteger su cuerpo vulnerable de los cambios de clima y los entornos traicioneros; y para ello precisa herramientas con las que coser, cortar y tejer. Necesita permanecer caliente y seco y protegerse de los depredadores, por lo que debe construir un hábitat. Las sutilezas de la preferencia cultural o la localización geográfica tienen poca influencia sobre estas necesidades; únicamente la interpretación y la variación marcan el producto en lo relativo a la expresión creativa, como representante de un momento o un lugar concretos. En este campo del diseño y la fabricación para satisfacer las sencillas necesidades de la vida, se supone que todo miembro de la comunidad no sólo puede aprender a producir sino que también puede, mediante el diseño y la decoración, dar una expresión individual y única a su trabajo. Ahora bien, esta autoexpresión viene gobernada en primer lugar por el proceso de aprendizaje del oficio y en segundo lugar por las exigencias de la funcionalidad(20).

El diseñador para poder responder a las necesidades en las que es requerido, desarrolla al diseño como una disciplina que solicita conocimientos de la ciencia (control, lógica, principios racionales de la ciencia), arte (estética, sensibilidad, expresividad) y tecnología (innovación, transformación y conversión entre técnicas); los criterios que se establecen para crear una estrategia de diseño, deben estar fundamentados en toda la información posible que se pueda reunir acerca del proyecto. Esta averiguación delinear los objetivos y marcará los caminos para crear la estrategia de trabajo. En el despacho profesional de diseño Varela(21) se ha desarrollado un esquema básico de trabajo e implementado a manera de guía visual para facilitar su memorabilidad entre todos los miembros de su equipo. Basado en íconos que facilitan la recordación, este modelo hace las veces de un mapa visual, que permite ubicar al proyecto en un momento determinado y el grado de avance que tiene en ese momento. El modelo consta de tres etapas:

1. Etapa de información En esta se procura recabar toda la información posible acerca del producto o servicio que el cliente ofrece para su venta, las características del contenido, sus propiedades físicas, los beneficios propios de su uso, así como sus carencias e imperfecciones; en otras palabras, todo lo bueno y lo malo del producto / servicio, tanto la información proporcionada por el cliente como la que se pueda recabar por nuestra propia experiencia visual. Asimismo, se procura tener la mayor información sobre el público consumidor: edad, sexo, situación socioeconómica, nivel cultural, hábitos de consumo y necesidades aun no satisfechas. La competencia de nuestro producto / servicio no debe quedar soslayada, sino antes bien, debe estudiarse completamente a fondo en todas sus características: impacto visual, comunicación, presentación del producto, exhibición, etcétera.



2. Etapa de desarrollo creativo Obtenida toda esta información, procedemos a redactar un sumario con las características esenciales que todo diseñador debe conocer A partir de este momento, se inicia la segunda etapa en la forma creativa con los diseñadores, formando uno o dos equipos, según la importancia del proyecto, para desarrollar reuniones de "lluvia de ideas" Bajo la conducción de un director de arte, el equipo de diseño propone tres direcciones de 0° (solución tradicional con elementos clásicos de comunicación), de 90° (mezcla de elementos clásicos y contemporáneos) y de 180° (elementos contemporáneos) Cuando el cliente aprueba una de las opciones, se afinan los detalles y se pasa a la siguiente fase.

3. De aplicación general. Esta se caracteriza por mantener la unidad y la consistencia de criterios visuales de comunicación y de estilo en todos los soportes gráficos en donde haya necesidad de aplicar el concepto principal Esto no quiere decir que todo sea "plano, parejo y aburrido".



La forma es el primer dato que nos ofrece cualquier objeto fabricado o cualquier otro ser existente en la Naturaleza, a través del cual es reconocido. "Suele definirse a la **forma** como la apariencia que poseen las cosas que las configura y distinguirse; es decir, el conjunto de notas o caracteres aparentes por los que se identifican a los seres y objetos. Tal concepto no es del todo preciso, pues se refiere únicamente a la exterioridad y superficialidad. Las cosas no son solo por afuera, sino también por dentro. Incluso el aspecto exterior y configurador es debido a la estructuración y organización interna"(22). Las formas de origen natural se constituyen por su estructura interna y a leyes determinadas de especie, de tipo vegetativo y funcional.

Las formas creadas por el hombre se elaboran en base a un plan previsto, de un proyecto. Nacen por una intención concreta que varía según el tipo de obra a realizar. El diseño vincula la **forma** y la **función** de los objetos y existen diversas ideologías que se explican a continuación con respecto a esta combinación:

a) "**Primero la función, después la forma.** Representa el lema del funcionalismo. Según ella, la planificación y el proceso del diseño deben nacer de la **necesidad**. No existe otra razón que justifique la forma que no sea la función, el fin, el porqué del objeto.



b) **Primero la forma, después la función.** Es la teoría formalista, también conocida como academicista o esteticista. La principal preocupación es dar forma al objeto; pero forma en cuanto a apariencia y presencia y aspectos visuales agradables, que inciten a la posesión o consumo del producto.

c) **Función y forma son una misma cosa;** en este caso, la expresión formal es resultado de inmediato de los aspectos funcionales; sería afirmar que un objeto es bello en cuanto es funcional. La bella o estética de la forma sería un derivado de la función y un producto de su objetividad"(23).

La tendencia generalizada de ahora es considerar al objeto de diseño desde un punto realista, atendiendo todos sus aspectos de una forma conjunta; no descuidando los derivados de la forma ni los derivados de la función. El que en la práctica se conceda al valor formal mayor relieve por razones psicológicas y perspectivas de cara al consumidor y a la venta del producto, no quiere decir que por ello se vean disminuidos o desvalorados los aspectos funcionales.

El interés y la preocupación por el diseño se incrementó considerablemente con la llegada de la era industrial. Se originaron diversos movimientos ideológicos importantes y escuelas de diseño, cuya influencia ha sido trascendental en la orientación y práctica del mismo:

a) "Las "Arts and Crafts". El movimiento de las Artes y los Oficios fue iniciado por William Morris (figura fundamental en la historia del diseño), en Inglaterra, que se oponía a la producción mecanizada en cuanto incapaz de conseguir formas estéticas. Pretendía establecer al artesanado pero liberándolo, a su vez, de la servidumbre de esquemas estilísticos anteriores. Consiguió el resurgir del artesano inglés, que se hizo presente en la exposición de las Arts and Crafts —así conocida, desde 1860, la producción artesanal— que tuvo lugar en la New Gallery de Londres en 1880. Entre sus seguidores más notables se puede mencionar al arquitecto Philip Webb y a los pintores F. M. Brown, Rosseti y Burne-Jones.



Diseño de William Morris en tela Rose, 1863.

Morris se asoció con seis amigos en 1861 para establecer la empresa de arte decorativo de Morris, Marshall, Faulkner and Company. Debido al rápido crecimiento, la empresa estableció salas de exhibición en Londres e inició la formación de grupos de artesanos en los que con el tiempo incluyó a carpinteros, ebanistas, tejedores, pintores, fabricantes de vitrales y de cerámica y azulejos. Morris demostró ser un brillante diseñador de modelos bidimensionales. De esta manera, creó más de 500 diseños de modelos de papel tapiz, textiles, tapetes y tapicería. Sus principales fuentes de inspiración fueron las artes medievales y las formas botánicas. La empresa se reorganizó en 1875 como Morris and Company, ahora con Morris como único propietario. Profundamente preocupado por los problemas que la industria causaba y por el sistema de fabricación, Morris trató de implementar las ideas de solucionar el problema de la ausencia de buen gusto en los artículos producidos en masa y de la falta de



Henri de Toulouse-Lautrec, carteles de 1893. La influencia de la impresión japonesa es evidente en la silueta plana, en el color sin modulación y el dibujo curvilíneo estilizado.

mano de obra honesta por medio de una reunión del arte con el oficio. Las artes y los oficios se podían combinar para crear objetos hermosos, desde edificios hasta ropa de cama; los trabajadores podían otra vez encontrar alegría en realizar su trabajo, y el medio ambiente de las ciudades industriales, deteriorado por la multiplicación de vecindades escuálidas y deprimentes, llenas de artículos fabricados en masa sin calidad y sin buen gusto, podía ser revitalizado. Una preocupación moral sobre la explotación del pobre condujo a Morris a adoptar el socialismo, y el desaliento por la injustificable destrucción de la herencia arquitectónica lo motivó a fundar la AntiScrape o Sociedad para la Protección de Edificios Antiguos. Otra causa de disgusto para él eran las mentiras contenidas en los anuncios de la publicidad, así que se involucro con la Sociedad para Verificar Abusos de la Publicidad en Contra del Publico, la cual se enfrentaba directamente con los transgresores. Durante las décadas de 1880 y 1890 el Movimiento de las Artes y los Oficios fue apoyado por un numero de sociedades y gremios que buscaban establecer comunidades artísticas democráticas, unidas para el bien común. Estas sociedades y gremios variaban desde cooperativas de exhibición hasta comunidades basadas en los ideales sociales y religiosos.



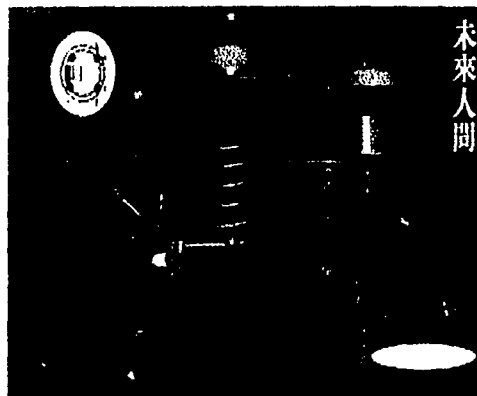
Logotipo para la imprenta Kelmscott de William Morris, 1892.

b) El "Art Nouveau". Es el nombre francés de la revista alemana Jugendstil, que comenzó a publicarse en 1896. Como estilo y movimiento arquitectónico y decorativo había nacido antes, y se admite que alcanzó su madurez en la casa construida por V. Horta en el número 6 de la calle Paul Emite Janson, en Bruselas (1892). La aportación de este movimiento se basa en el olvido de las formas arquitectónicas tradicionales inspiradas en estilos del pasado, conocidos como revivals y en la introducción de elementos naturistas, sobre todo temas florales, dentro de un juego, de líneas y esquemas estilizados, aplicados lo mismo a una forma arquitectónica que a una puerta, a una silla, a un broche o a la portada de un libro. Aunque se trataba de un movimiento formalista, aceptaba de manera incondicional la intervención de la máquina. El movimiento tuvo gran eco en toda Europa y se conoció en España por "Modernismo", en Italia por "Libertry" y en Austria "Secesión".

c) P. Behrens y el diseño industrial. En los comienzos del presente siglo sigue vigente la teoría modernista, y la atención principal suele recaer en el aspecto bello de los objetos; pero se admite el papel de la máquina. Van de Velde, que lo convirtió todo en diseño manual, no tenía la mayor intención de desacreditar la producción mecánica, pero consideraba que la creación de modelos y la elección de materiales debería confiarse a los artistas. Su actividad no sólo incluía aquellas circunstancias características del diseño moderno —planificación, coordinación y diseño— sino también las tareas de publicidad y construcción gráfica de marcas y firmas. Puede afirmarse que P. Behrens fue el primer diseñador industrial según un criterio actual.

1.3 DISEÑO Y COMUNICACIÓN

El vínculo entre diseño y comunicación complementa y desarrolla el proceso comunicativo, por medio de resolución de problemas o necesidades específicas (**Intención**), que invocan criterios y estrategias que materializan la **solución**, convirtiéndola en el mensaje que se transmite en los diversos soportes (**canales**) más convenientes. "El diseño controla los medios, las formas de expresión y presentación de los mensajes"(25). Dentro del diseño podemos encontrar componentes muy claros de comunicación que tienen cualidades muy claras: " a) tienen una posición determinada en relación con los demás componentes, b) Desarrollan un rol preciso, y c) ejercen una función interactiva"(26).



Como podemos ver desde al inicio de este capítulo existen varias formas de comunicarnos, pero es la visual la que acapara nuestra atención por el papel que ocupa actualmente por los medios técnicos tan perfectos y porque mediante la percepción visual experimentamos una interpretación directa de lo que estamos viendo; y por tanto el diseño gráfico se encarga de integrar o resolver este lenguaje. Los integrantes básicos de esta forma de comunicación son: emisor, mensaje, forma o medio elegido y receptor.

1.3.1 COMUNICACIÓN VISUAL



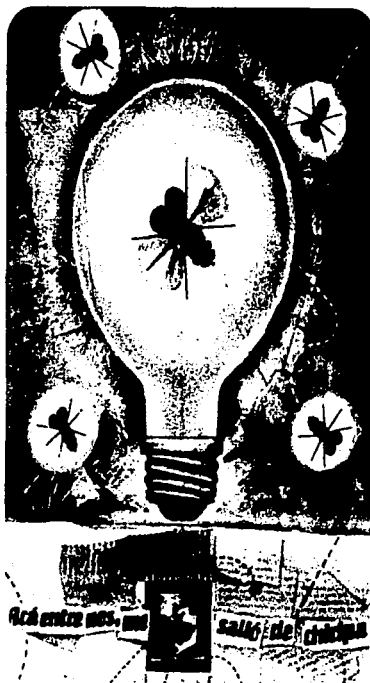
Diariamente sin necesidad de utilizar las palabras podemos obtener consideraciones y conocimientos por medio de diversas y continuas comunicaciones visuales, que no sólo son las imágenes que forman parte de las artes visuales, sino también el comportamiento de una persona, su manera de vestir, el orden o desorden de un ambiente, la manera cómo una persona maneja algún instrumento, un conjunto de materias y colores que nos pueden dar un sentido de riqueza o pobreza. Utilizando estos últimos por ejemplo, en una ambientación de lugares o en algún impreso, que dan una imagen de confort o prestigio. La comunicación visual es "un intercambio de mensajes y contenidos de índole diversas entre un emisor y un receptor mediante procedimientos y técnicas visuales"(28).

En un sentido general, la comunicación visual la conforma cualquier objeto en el que se vierte la mirada: una vasija prehispánica, un sombrero o una flor. El hecho de ver la pieza prehispánica puede estar representada y significada toda una cultura anterior; el sombrero nos puede recordar el estilo o manera de ser o de vivir; y la flor puede sugerir un sin fin de circunstancias de tipo sentimental o de carácter estético. En estos casos, se trata de comunicados casuales y de contenido no absoluto, pues para cada persona, según su edad o nivel cultural, puede encerrar significados diferentes. "Cuando se habla de comunicación visual referida al campo del diseño, se quiere señalar la manera intencionada de decir algo y los medios adecuados a ese tipo de expresión"(29).



La semiología o semiótica es una disciplina que permite analizar un sinnúmero de elementos de la comunicación visual, la cual no sólo ayuda al estudio de todos los signos o elementos que integran un mensaje, sino que forma una relación entre los elementos de significación y los procesos culturales. La semiótica es una disciplina que tiene su origen con Ferdinand de Saussure, quien en su libro *Curso de lingüística general* (1922) la define como la ciencia general de todos los signos o símbolos, a través de los cuales los hombres se comunican entre sí(30).

"El emisor es la persona física o el colectivo que dice o comunica algo. El mensaje es el contenido o comunicado con referencia a los más variados aspectos de la vida: culturales, religiosos, económicos, de protección y seguridad o deportivos. La forma es el medio elegido para transmitir el mensaje: estático, dinámico, estampado, fotográfico, representacional, simbólico o abstracto. El receptor es el público en general o un determinado sector: juventud, hombres del medio rural, clases económicas fuertes, etc.



Según a quien vaya dirigido el mensaje, deben seleccionarse los medios o formas más adecuadas. El diseñador es el mediador entre el emisor y el receptor, y trata de elegir, disponer y estructurar los elementos y signos del lenguaje según las técnicas que mejor expresen el fondo del comunicado y, a su vez, impacten con mayor eficacia en el receptor" (27).



Las cosas se representan así mismas directamente en su identidad y en su corporalidad sin mediadores técnicos. La imagen (del latín **imago**, de la raíz **im: imitare**) es una representación indirecta y parcial de las cosas; simula, fija y conserva el instante (gráfica y sonora) de la memoria del mundo. Esta representación junto con la percepción del entorno físico generan imágenes mentales, asociación de ideas y determinación psicológicas que desarrollan la conducta del individuo. Joan Costa(34) menciona que las imágenes mentales dependen de la percepción y las experiencias (vivencias significativas) del individuo y que estas integran los valores psicológicos como la conducta mental (creencias, decisiones) y la conducta energética (conducta, comportamiento). La imagen mental resulta de los aspectos de retención, es decir, sobre la memoria visual y construcción de la imagen, conocida como imaginación. A continuación se explican otras maneras o tipos de imagen:



Imagen material. Es cualquier imagen percibida por los sentidos del mundo exterior. Son formas con un alto grado de evocación de lo real. Son materiales porque existen en el mundo físico de los objetos, ya que ellas mismas son indisolubles de su materialidad.

Entre las imágenes materiales, las imágenes visuales fijas poseen una característica perceptiva: son registradas instantáneamente. Mientras que los mensajes secuenciales: sonoros audiovisuales o visuales, requieren de la intervención de un elemento temporal para ser percibidos y comprendidos.

Imagen visual. Figura o forma material que reproduce las apariencias ópticas de las cosas de la realidad. Incluyendo las no figurativas y abstractas.

Imagen gráfica. Subconjunto de imágenes visuales materiales. Son imágenes generalmente bidimensionales, obtenidas por medios manuales o técnicos: ilustraciones, grafismos, caricaturas, imágenes fotográficas, tipográficas, termográficas, informativas, etc.

Imagen mental. Resultado de la imaginación y la memoria de las percepciones externas, subjetivadas por el individuo. Cuando la causa de ciertas imágenes mentales – o estereotipos – posee un cierto grado emocional, una fuerte pregnancia psicológica o alta capacidad de implicación del individuo, derivan patrones de conducta.

Imagen de empresa. Clase específica de las imágenes mentales, vinculada al aspecto institucional (la empresa como institución) y, sobre todo al aspecto funcional de los productos y servicios que la empresa vende. Representación mental de una serie de valores psicológicos atribuidos a ella como organización y transferidos a sus productos, sus servicios y su conducta.



Las cosas se representan así mismas directamente en su identidad y en su corporalidad sin mediadores técnicos. La imagen (del latín **Imago**, de la raíz **Im: Imitare**) es una representación indirecta y parcial de las cosas; simula, fija y conserva el instante (gráfica y sonora) de la memoria del mundo. Esta representación junto con la percepción del entorno físico generan imágenes mentales, asociación de ideas y determinación psicológicas que desarrollan la conducta del individuo. Joan Costa(34) menciona que las imágenes mentales dependen de la percepción y las experiencias (vivencias significativas) del individuo y que estas integran los valores psicológicos como la conducta mental (creencias, decisiones) y la conducta energética (conducta, comportamiento). La imagen mental resulta de los aspectos de retención, es decir, sobre la memoria visual y construcción de la imagen, conocida como imaginación. A continuación se explican otras maneras o tipos de imagen:



Imagen material. Es cualquier imagen percibida por los sentidos del mundo exterior. Son formas con un alto grado de evocación de lo real. Son materiales porque existen en el mundo físico de los objetos, ya que ellas mismas son indisociables de su materialidad.

Entre las imágenes materiales, las imágenes visuales fijas poseen una característica perceptiva: son registradas instantáneamente. Mientras que los mensajes secuenciales: sonoros audiovisuales o visuales, requieren de la intervención de un elemento temporal para ser percibidos y comprendidos.

Imagen visual. Figura o forma material que reproduce las apariencias ópticas de las cosas de la realidad. Incluyendo las no figurativas y abstractas.

Imagen gráfica. Subconjunto de imágenes visuales materiales. Son imágenes generalmente bidimensionales, obtenidas por medios manuales o técnicos: ilustraciones, grafismos, caricaturas, imágenes fotográficas, tipográficas, termográficas, informativas, etc.

Imagen mental. Resultado de la imaginación y la memoria de las percepciones externas, subjetivadas por el individuo. Cuando la causa de ciertas imágenes mentales – o estereotipos – posee un cierto grado emocional, una fuerte pregnancia psicológica o alta capacidad de implicación del individuo, derivan patrones de conducta.

Imagen de empresa. Clase específica de las imágenes mentales, vinculada al aspecto institucional (la empresa como institución) y, sobre todo al aspecto funcional de los productos y servicios que la empresa vende. Representación mental de una serie de valores psicológicos atribuidos a ella como organización y transferidos a sus productos, sus servicios y su conducta.

Según Lévi-Strauss Claude en su libro *El pensamiento salvaje* (31) el signo es un elemento del lenguaje que expresa directa o indirectamente un pensamiento funcionando como un medio de comunicación; es el intermediario entre la imagen y el concepto que gracias al uso común adquiere un significado reconocible que no necesariamente es descriptivo de la imagen o del concepto pues contiene otros significados análogos que implican un esfuerzo y diversos tipos de conocimientos por parte de los actores de la comunicación (emisor y receptor) para poder desglosar estos significados. Las relaciones entre los diversos signos son regidas por normas específicas establecidas en un código, relacionando un plano de expresión y otro de contenido.



Existen variantes dentro del sistema de signos de comunicación que funcionan para evocar una acción, modificarla o hacer que alguien desista de realizarla conocidas como señales; "son fenómenos materiales causados especialmente que se utilizan para producir una reacción dispuesta y convencida de antemano, tanto social (en grupo) como individualmente, en la forma de manifestaciones definidas de la actitud humana"(32).

Se dice que la comunicación animal se reduce habitualmente a señales porque estas, sólo se encargan de alentar la presencia que representan, sin emplear ninguna relación de significados. Las señales sólo se dan si un número apropiado de personas realizan un acuerdo claro para descifrarlas.

El hombre tiene la necesidad de entender el mundo que lo rodea, esto es más simple si los hechos pueden ser explicados mediante representación directa en donde la percepción y la sensación intervienen, pero cuando a causa de las interrogantes del pensamiento humano se originan procesos psicológicos más complejos que trascienden los elementos concretos percibidos, surge la necesidad de utilizar símbolos sustitutos específicos de aquellas cosas abstractas, los cuales llamamos símbolos. Los cuales, según Adam Schaff(33), se distinguen tres características:

Objetos materiales que representan ideas.

La representación se basa en un convenio que da lugar al reconocimiento del símbolo.

La representación convencional se basa en la representación de una noción abstracta por un signo que dirige a los sentidos.



Imagen de marca. Representación mental de determinado estilo de una empresa o de alguna organización, transmitida especialmente a través de sus actividades de producción y de sus actuaciones comerciales; de sus productos y líneas de productos, servicios, publicidad. Imagen de empresa e imagen de marca no son excluyentes una de otra, y a menudo ambas existen – explícitamente o no – en el ámbito institucional y de su actuación comercial alimentando la imagen del producto.

Imagen corporativa. Es una imagen mental ligada a su corporación y a la que ella representa, especialmente por conducto de su identidad visual expresada por signos gráficos, pero también de su comportamiento y sus actuaciones.

Abarca la imagen de la empresa y la imagen de marca, puesto que implica el conjunto de la empresa, sus producciones y actuaciones.

Imagen global. Es una imagen mental especialmente fuerte y estable que ha sido generada por el conjunto coherente de todos los mensajes que la empresa emite en el espacio-tiempo. Se opone al fenómeno corriente de imágenes parciales o heterogéneas que se generan en la práctica.



1.4 DISEÑO GRÁFICO



Realmente sería un dolor de cabeza tener que estudiar o investigar a través de textos mal confeccionados, de difusa tipografía o de difícil lectura; de igual forma consultar una página web mal estructurada que sólo refuerce el ocio electrónico o un cartel confuso, cuya información no pueda llegar al espectador. ¿Qué sería de aquella campaña de publicidad tan creativa, pero cuya imagen de producto no es funcional por no tener el carácter o memoria gráfica, ante su competencia? Para dar solución al modo de expresar y comunicar a través de la forma, las palabras, imágenes impresas o vacíos en el papel existe el diseño gráfico. Una de las formas de la comunicación visual, mediante la cual, experimentamos una interpretación directa de lo que estamos viendo y que actualmente influye excesivamente en nuestras vidas, gracias a los diversos soportes y medios masivos de comunicación, que día con día se intensifican y dinamizan, por el crecimiento comercial, industrial y servicios que exige, dentro de sus parámetros de competitividad, una llamada calidad total en los medios de producción, promoción y difusión, generación y emisión de información tanto interna como externa de las empresas o instituciones.

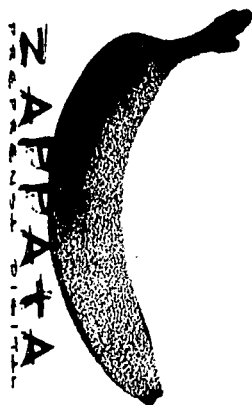




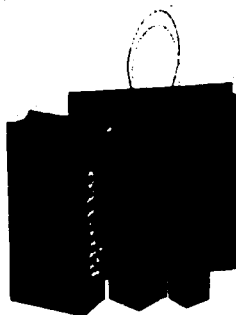
El diseño gráfico es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de "algo", ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese "algo" sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética si no también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

Hay que saber manejar los elementos del diseño gráfico entre los cuales encontramos "los soportes (la base sobre la que se disponen los elementos o signos visuales de carácter gráfico, siendo de cualquier material que soporte bidimensionalmente los signos), los signos (colores, letras, líneas, texturas, los tonos o los espacios vacíos) con los cuales la vista se siente atraída especialmente por ellos y hace que el mensaje llegue y penetre en el espectador; el mensaje (motivo y justificación del diseño) que es la parte esencial, y todo debe organizarse en función suya; y la forma que será el modo de estructurar, disponer y organizar todo el conjunto. Intervendrán en ello aspectos técnicos objetivos, como el conocimiento de las leyes de composición, y, también, características de tipo subjetivo, como habilidad, audacia o sensibilidad gráfica" (35).

Wucius Wong(36), plantea los elementos del diseño que determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño:



Preprensa Digital
Lafayette 143, Anzures
2035667 2035613 2034856
Fax/Modem 2034075



Elementos conceptuales. Los conceptuales no son visibles, sólo parecen estar presentes.

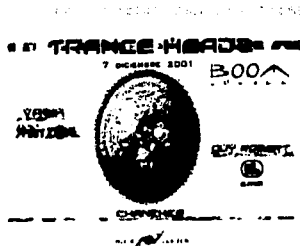
- a) Punto. Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa un lugar en el espacio. Es el principio y fin de una línea, y es donde los líneas se encuentran o se cruzan.
- b) Línea. Cuando un punto se mueve, su recorrido se trasforma en una línea. La línea tiene largo pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por dos puntos. Forma los bordes de un plano.
- c) Plano. El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un plano. Un plano tiene largo y ancho, pero no grosor. Tiene posición y dirección. Esta limitado por líneas. Define los límites externos de un volumen.
- d) Volumen. El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volumen. Tiene una posición en el espacio y está limitada por planos. En un diseño bidimensional el volumen es ilusorio.

Elementos visuales. Los elementos conceptuales se hacen visibles, tiene forma, medida, color y textura. Los elementos visuales forman parte más prominente del diseño, porque son los que realmente vemos.

- a) Forma. Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción
- b) Medida. Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativos lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero así mismo físicamente es mesurable.
- c) Color. Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no sólo los del espectro solar sino así mismo los neutros (blanco, negro y grises intermedios) asimismo sus variantes tonales y cromáticas.
- d) Textura. La textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.

Elementos de relación. Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos como la posición y distribución; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

- a) Dirección. La dirección de una forma depende de cómo esta relacionada con el observador, con el marco que lo contiene o con otras formas cercanas.
- b) Posición. La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura.
- c) Espacio. Las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar ocupado o vacío. Puede así mismo ser liso o ilusorio, para sugerir una profundidad.
- d) Gravedad. La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como somos atraí-



K TA

+KOTA

-K TA

+KETA



dos por la gravedad de la Tierra, tenemos tendencia a atribuir pesantez o liviandad, estabilidad o inestabilidad, a formas, o grupos de formas; individuales.

Elementos prácticos. Estos elementos subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

- a) Representación. Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, o del mundo hecho por el ser humano, es representativa. La representación puede ser realista, estilizada o semi-abstracta.
- b) Significado. El significado se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.
- c) Función. Esta se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

Existen técnicas basadas en el contraste y su contra parte de armonía, con las cuales el diseñador manipulan los elementos característicos de la comunicación visual para realizar sus mensajes(37);

Contraste	Armonía	Complejidad	Sencillez
Exageración	Reticencia	Distorsión	Realismo
Espontaneidad	Predictibilidad	profundo	Plano
Acento	Neutralidad	Agudeza	Difusión
Asimetría	Simetría	Actividad	Pasividad
Inestabilidad	Equilibrio	Aleatoriedad	Secuencialidad
Fragmentación	Unidad	irregularidad	Regularidad
Economía	Profusión	Yuxtaposición	Singularidad
Audacia	Sutileza	Angularidad	Redondez
Transparencia	Opacidad	Representación	Abstracción
Variación	Coherencia	Verticalidad	Horizontalidad

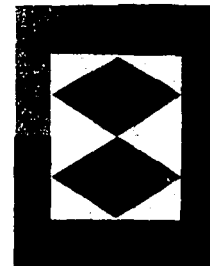
"Por su labor mediadora entre el arte y el público, por la creación de formas bellas además de funcionales, el diseñador ha merecido llamarse "artista de nuestro tiempo". Toma el arte y lo expresa a través de cualquier elemento de uso diario o de comunicación visual. Su función se acerca más al campo del arte que al de la técnica; pero se diferencia del artista puro en que las obras del diseñador tienen respuesta objetiva a unos fines concretos, a un público definido y a unos condicionamientos de carácter mecánico o técnico. El límite entre el técnico y el ingeniero radica en que el diseñador interviene únicamente en aquellas partes en que los productos con las que el factor humano entra en relación directa perceptiva y operativa; es decir, en su apariencia y función"(38).

Existen el ámbito profesional del diseño gráfico una serie de términos que se usan indistintamente para referirse a los gráficos que se ven o se venden; Rafael Perez Irigorri, editor de una de las publicaciones más sobresalientes en el campo del diseño(39), realizó un glosario de estos terminos de forma pragmática, sinónima e interrelacionada con la palabra "marca" comunmente llamada "logo". Aclarando que existen varias formas de análisis taxonómico que nos llevarían a definir las características propias de cada uno de estos terminos, como: clase, orden, género, especie, análisis sistémico, concepto formal, técnica visual, estructura y significación, valor comunicacional. De igual forma aclarando que las marcas fueron utilizadas desde siempre por el hombre y clasificadas en tres grandes grupos: **identidad social** (quién es éste o qué dijo tal), **propiedad** (a quién pertenece esto) y de **origen** (quién hizo esto). A continuación se muestran los terminos más significativos para este trabajo de investigación:

Emblema. El emblema es una representación gráfica que sugiere una leyenda explicativa. Objeto concreto destinado a simbolizar una noción abstracta. Es el caso de nuestro Emblema Nacional, mal llamado "Escudo Nacional", en el que se incluyen: El águila devorando a la serpiente, el nopal sobre un islote en medio de un lago, las guirnaldas de laurel y encino, y el texto Estados Unidos Mexicanos.

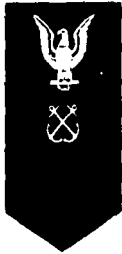


Heráldica. Blasón. Arte de componer, interpretar y describir los escudos de armas, en base a un código de reglas que permite una estricta representación para cada familia, linaje o ciudad. El diseño ha tomado referencia de todo para volver a reinventarse; hoy podemos ver la influencia heráldica en lo comercial.



Escudo. Arma para la defensa, de ahí que diversos grupos, asociaciones, clubes sociales o deportivos, instituciones de enseñanza y otros, han representado gráficamente y de manera simbólica los valores de lealtad, fuerza, honor o victoria. Los "Escudos de Armas" tenían gran demanda durante la Edad Media, además de los blasones, pendones y estandartes; en donde el color oro representaba la realeza, el blanco lo immaculado, el rojo la valentía y el coraje. Este termino va relacionado directamente con la heráldica y guarda un principio de tradición

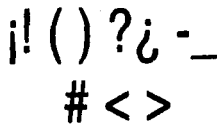




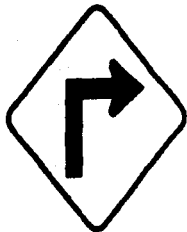
Insignia. Distintivo o divisa honorífica, medalla de una hermandad o cofradía Están estrechamente relacionadas con el ejército, la armada, la aviación y la marina. Se utilizan para identificar los diferentes grados como comandante, sargento, cabo, capitán, almirante, primer oficial, etcétera.



Símbolo. El símbolo es una representación, un significado. Tenemos aquí los símbolos patrios, que son precisamente el Emblema, la Bandera y el Himno Nacional. y que no necesariamente son gráficos estos representan la independencia, la lealtad de sus hombres, la libertad, la esperanza y que no necesariamente son gráficos, aunque la mayoría de los veces son visuales. Existen diversos tipos de símbolos, por ejemplo la paloma blanca simboliza la paz, la balanza simboliza la justicia, la cruz simboliza la muerte.



Signo. Es la representación gráfica de cualquier cosa. La escritura misma desde sus orígenes utilizó signos. Se conocen muchos tipos de signos, por ejemplo en la escritura latina, los de puntuación; como los de admiración e interrogación, los comillas, guiones altos o bajos y muchos más; en la escritura china y japonesa se utilizan signos. Los signos puede representar operaciones matemáticas; en la música escrita se utilizan signos para enfatizar las alteraciones; en astrología para definir el zodiaco



Señal. Indicación. Aviso que se pone o hay en una cosa para darlo a conocer y distinguirlo de otro similar. Las señales de tránsito, que se dividen en preventivas (comino sinuoso), restrictivos (alto) e informativos (sanitarios); también los semáforos, conos y gráficos en los pavimentos son señales, estos son generalmente de alerta y precaución.

Seña. Indicación que se hace a manera de mímica y cuyo significado deriva de los usos y costumbres de cada lugar. Como ejemplo al cerrar el puño y levantar sólo el dedo índice, llevarlo hacia los labios y tocarlos secuencialmente, estamos indicando a otra persona que guarde silencio. Aquí existen una gran variedad de señas que van desde lo más sutil, como guiñar el ojo, hasta los más obscenos, y que son parte del lenguaje corporal.



Señalética. Es la ciencia que estudia los proyectos de señalización, se basa en el análisis del color, tipografía, puntajes recomendados, percepción, lenguaje, visualización, velocidad de recorrido del observador, proporciones, seguridad y materiales.



Señalización. Conjunto de indicaciones gráficas y/o tipográficas que se utilizan como guías para observar ciertas rutas o lugares específicos. Aquí encontramos los nombres de las avenidas, calles, accesos, salidas de emergencia, estacionamientos, paraderos de autobuses y cientos más. Generalmente se utilizan en lugares públicos como centros de reunión, hospitales, estadios, fábricas, etcétera. En el caso de aeropuertos, puertos o vías férreas deberán observarse las normas y disposiciones aceptadas internacionalmente para su aplicación por cada dependencia en específico.



Fonograma. Es la conjunción de la palabra e imagen que genera un sólo concepto. Por ejemplo leo la palabra "león" y veo la figura de un "león". También puede ser: signo que represento un sonido, ya sean silabas, vocales o consonantes. Se utiliza de distintas formas en todas las escrituras fonéticas. Un buen ejemplo es el coreano, en donde coda "carácter" representa la forma de la boca al expresar el sonido.





Marca. El hombre desde sus orígenes ha tenido la necesidad de poner su huella en el mundo. Así delimita su territorio, distingue sus propiedades o quién realizó el trabajo. En esta época, los principios no han cambiado, seguimos estableciendo huellas, a las que determinamos llamar marcas. El diccionario dice que la marca es una representación gráfica hecha en un animal, persona o cosa para distinguirlo de otro o denotar calidad o pertenencia; así pues, se marca al ganado, a los reos o miembros de una agrupación. En la era actual, la del comercio, esta representación gráfica cobra mayor relevancia, ya que identificamos con "marcas" a los productos o servicios. Las marcas pretenden denotar el grado de calidad o precio inherente al producto. Queriendo o no, las marcas hablan de nosotros mismos -que marca usas y te diré quien eres-. En relación con los autos por ejemplo: -Fulanito tiene un Rolls Royce- esta marca puede indicarnos varias cosas no sólo del producto en sí, que si bien es reconocido como el auto de mayor calidad y uno de los más costosos del mundo, también nos indica una parte de la personalidad del usuario, en este caso podría ser excéntrico, conocedor, de buen gusto, millonario, sofisticado o hasta petulante. Lo que aquí se desea destacar es que existen marcas exitosas, aunque no todas van dirigidas al mismo mercado y que por supuesto poseen valores intrínsecos, que en muchos casos se considera el activo más importante de una empresa. Por ejemplo el VW sedan, uno de los autos más vendidos, es de excelente calidad y buen precio, su target es clase media y media baja (ver taxis); irónicamente esta "marca" es la propietaria de la marca Rolls Royce.

Monograma. Cifra compuesta por dos o más letras en forma de abreviaturas de nombres. Esta es una característica gráfica que viene de tiempos remotos, utilizado en los diversos reinos y que veían plasmados en textiles, utensilios, copas y vajillas; eran usados en los sellos reales como firmas en los documentos de mayor relevancia. En nuestros días se siguen utilizando y los vemos con mayor frecuencia en las invitaciones de bodas (iniciales de los novios). Comercialmente también son utilizados, el típico ejemplo es la GE de General Electric.

Tipograma. Al utilizar tipografía en una composición que genere una figura propia y original. Por ejemplo la 'b' de Banamex.

Ideograma. Signo no fonético que represento una idea específica. Gráficamente es lo mismo que el pictograma, pero está ligado a un concepto superior de comunicación. Por ejemplo el pictograma de corazón representa, como ideograma, el concepto "amor". El ideograma es aun utilizado en escrituras no fonéticas, como la china.



Pictograma. Representaciones gráficas distintivas en los que se utilizan elementos como cosas, animales y figuras humanas y que carecen de tipografía. Son los utilizadas en zonas arqueológicas, zoológicos o en las olimpiadas, en donde cada centro o evento decide cuáles deberá utilizar. Parece ser que los pictogramas son los primeras formas de representación gráfico que existen en el mundo.



Icono. Es la representación gráfica de una figura que mantiene relación de semejanza con un objeto, tienen connotación de carácter religioso, pero no es excluyente. Todo el tiempo aparecen iconos en nuestra pantalla de la computadora, representan memoria, archivos o software. A través de la comunicación mundial hoy reconocemos imágenes que podemos considerarlas iconos, como en el caso de la svástica, que represento la era del dominio nazi o como el probablemente más copiado gráfico del mundo "I Love NY".



Imagen. Representación de un objeto concreto que conlleva necesariamente a una recordación. Las imágenes pueden ser gráficas, pictóricas, escultóricas, fotográficas, físicas, mentales o síquicas.

Imagen Corporativa. Es la síntesis de representación gráfica con la que se pretende dar a conocer una empresa o corporación. Esta identificación se encuentra plasmada en casi todos los documentos de comunicación que van desde la papelería, los folletos, catálogos, reporte o informe anual, etcétera. Se basa principalmente en lo visual, debe contener orden, congruencia y estilo particular. Lo importante aquí es la manera de cómo se "percibe" a la empresa y que depende en gran medida en "cómo" nos estemos comunicando con el público receptor.

NIVEA



Identidad Corporativa. Este concepto va más allá de la imagen corporativa, ya que además de dar a conocer sus productos o servicios, deberá considerar la comunicación de los valores de la empresa tanto a los empleados como los clientes y proveedores; se requiere asimismo de una frase de posicionamiento, diferente a un slogan comercial. Se basa principalmente en la comunicación visual y verbal. Y es algo que se controla desde la empresa.



Logotipo. Tipo de imprenta que tiene grabada una sílaba, palabra o grupo de letras de uso frecuente. Un logotipo es pues, una interpretación visual sintetizada en un nombre propio. Es un error denominar "logotipo" a una representación gráfica sin letras.



Logo. voz griega con lo que se designa la palabra, discurso o argumento y su contenido racional. Normalmente se utiliza como apócope de logotipo. Si bien el diccionario no nos da una respuesta al concepto gráfico, este podría definirse como el elemento gráfico que identifica una marca y carece de tipografía.



Logosímbolo. Se entiende por logosímbolo el uso de logotipo adosado a un gráfico a un elemento gráfico. Si bien vale la pena mencionar que no es muy recomendable utilizar la palabra "logo" cuánto más si lo conjuntamos con "símbolo"



Tipo. Letra o carácter de imprenta.

Tipografía. Arte de imprimir y lugar donde se imprime. Composición de tipos. Manejo de las le tras dentro de un texto llamado el arte de la tipografía.



Tipógrafo. Diseñador, creador de alfabetos. Llamadas familias tipográficas o comúnmente fuentes. Grandes tipógrafos dieron nombre a las fuentes que crearon, tal es el caso de Aldus, Bodoni, Caslon, Garamond, Frutiger, Weidemann y Zapf entre otros.

1.4.1

CAMPO DE TRABAJO

El desempeño laboral del comunicador gráfico es en el campo del sector público y privado, así como trabajar por su cuenta, conocido en el medio como *free-lance*. En el sector público participa dentro de la organización política del estado (central y paraestatal), dentro de sus diferentes áreas (administrativa, operativa y de servicio).

En el sector privado, la mayoría de las empresas responden con una estrategia de trabajo interdisciplinario, en el cual los profesionistas de las distintas áreas deben tener la capacidad y los conocimientos específicos de su especialidad y al mismo tiempo responder a las necesidades de un equipo de trabajo.



Este sector recurre constantemente a la mercadotecnia, publicidad y promoción para dar a conocer al consumidor los bienes y servicios que se producen. En algunas empresas el diseño gráfico está ubicado en el área de Mercadotecnia, considerada como el "cerebro" o "corazón" de las organizaciones y por lo tanto, participa íntegramente en diferentes sectores de la producción.

Como *free-lance* el comunicador visual busca o es llamado para realizar proyectos que requieren de su especialización (como la ilustración, fotografía o diseño editorial), pudiendo trabajar temporalmente dentro de la empresa o con sus propios recursos desde su casa. Llegando, tal vez, a tener su propio despacho o agencia.

Cualquiera que sea el campo de trabajo del profesionista de la comunicación visual, se debe de estar conciente de que su labor es parte de un proceso en el que la integran diferentes criterios, intereses y necesidades, las cuales sin embargo siempre tienen un objetivo común.



1.4.2 ÁREAS DEL DISEÑO GRÁFICO

De acuerdo con la Escuela Nacional de Artes Plásticas, las áreas en que se divide la comunicación visual son:



Producción audiovisual y Multimedia: Este campo abarca la producción y diseño de videos y programas interactivos, diseño y edición de páginas y sitios web, animación digital, así como la producción de audio-visuales y proyectos museográficos de carácter informativo, especulativo, crítico, ilustrativo o didáctico



Fotografía: Esta área es muy amplia puesto que el comunicador visual puede desempeñarse y especializarse en fotografía experimental, publicitaria, documental, técnica y científica y la fotografía digital; vinculándose con otras áreas de la comunicación visual.



Simbología y diseño de soportes gráficos tridimensionales:

Se emplea el diseño de simbología para la identificación de lugares y entidades, señalamiento urbano, de tránsito, vehicular y uso de instalaciones, maquinaria o instrumentos, así como el diseño de empaques y etiquetas para envases y productos.



Diseño editorial: abarca el diseño, estructuración, diagramación e ilustración de portadas e interiores de medios impresos como libros, periódicos, revistas, folletos (dípticos, trípticos, desplegados), promocionales, material didáctico, carteles, calendarios, cómics, gacetas, portadas de discos, entre otros.



Ilustración: en esta área el diseño de ilustraciones, la representación y la conceptualización son muy importantes para lograr la solución óptima con la técnica y el medio adecuado para su realización, empleando los medios tradicionales o digitales o la combinación de ambas. El mayor campo de acción en el que se recurre a la ilustración es dentro del área editorial y actualmente, como en el presente proyecto gráfico, para su uso en medios digitales para la web. También esta área se aplica en soportes tridimensionales, así como en el diseño textil en estampados en general para la industria del vestido.

En los siguientes cuadros se muestran aplicaciones de las áreas del diseño gráfico:

Multimedia

Audiovisual informativo
Audiovisual educativo
Audiovisual motivacional
Audiovisual entretenimiento
Animación
Animación digital
Páginas web

Fotografía

Fotografía especializada
Fotografía digital
Fotografía experimental

Simbología y Diseño en deportes Tridimensionales

Envase y embalaje
Etiqueta
Señalización
Material didáctico
Identidad gráfica
(soportes 3D)

Diseño editorial

Libro
Revista
Periódico
Identidad gráfica
(papelería)
Catálogo
Boletín
Folletería
Tarjetas e invitaciones
Cartel

Ilustración

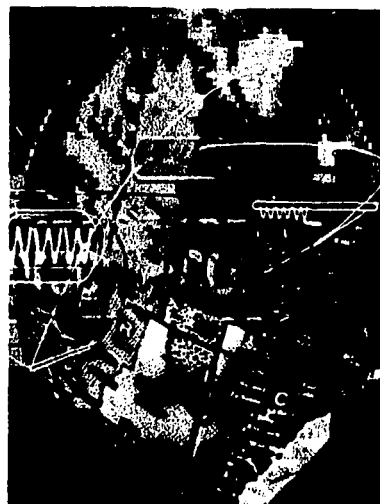
Ilustración tradicional
Ilustración digital
Ilustración tridimensional

1.5 ÁREA SELECCIONADA

La multimedia en el campo de la informática que se refiere a la representación de información combinando texto, sonido, imágenes, animación y video. Su aplicación es principalmente en juegos, programas de aprendizaje y material de referencia como enciclopedias; que pueden incluir *hipervínculos*, es decir, asociaciones pre-definidas que permiten a los usuarios moverse por la información de modo intuitivo.

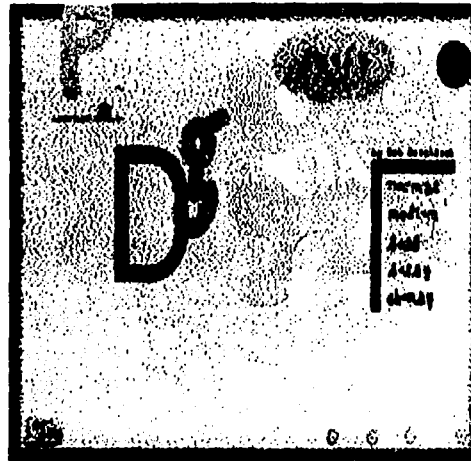
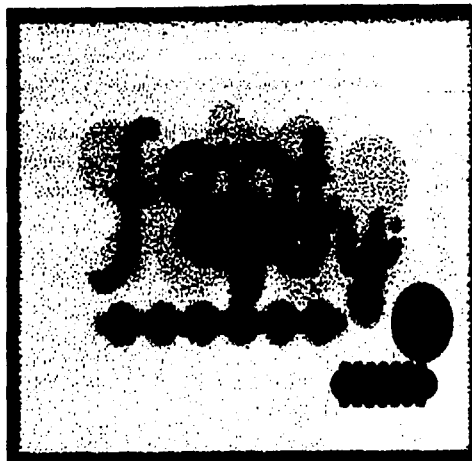
Las aplicaciones multimedia son programas informáticos almacenados generalmente en discos compactos (CD-ROM). También se ubica en el *World Wide Web* (páginas de *web*). Por medio de programas o lenguajes informáticos especiales se consiguen la vinculación de información mediante hipervínculos. El lenguaje informático empleado para crear páginas de *web* se llama *HTML* (siglas en inglés de *Hyper Text Markup Language*).

Las aplicaciones multimedia suelen necesitar más memoria y capacidad de proceso que la misma información representada exclusivamente como texto. Un ordenador multimedia necesita tener un CPU (elemento electrónico del ordenador que proporciona capacidad de cálculo y control) lo suficientemente rápido y con un disco duro de alta capacidad para almacenar y recuperar información multimedia, así como una unidad de disco compacto para ejecutar aplicaciones almacenadas en CD-ROM y un monitor de alta resolución para poder manejar los colores y la nitidez de las imágenes, las cuales necesitan pasarse algún formato que el ordenador pueda manipular y presentar; entre estos formatos, los más utilizados son los de mapas de bits y los de gráficos vectoriales.

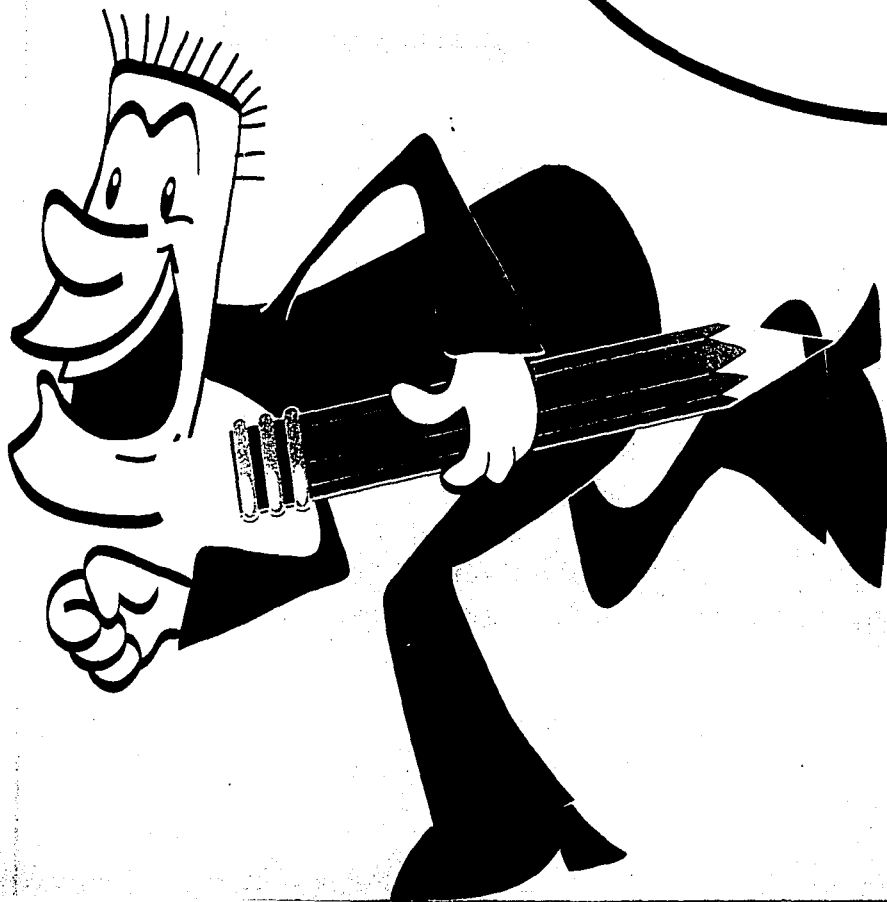


Los gráficos de mapas de bits almacenan, manipulan y representan las imágenes como filas y columnas de pequeños puntos llamados píxeles. En un gráfico de mapa de bits, cada píxel tiene un lugar preciso definido por su fila y su columna, cuyos formatos más comunes son el Graphic Interchange Format (GIF), el Tagged Image File Format (TIFF) y el Windows Bitmap (BMP).

Los gráficos vectoriales, emplean fórmulas matemáticas para crear la imagen original. Es un gráfico vectorial basado en nodos que no están definidos por una dirección de fila y columna, sino por su relación espacial que tienen entre sí, por lo que las imágenes son mejores en la mayoría de las pantallas y monitores y se reproducen más fácilmente. Los formatos más aplicados son el Encapsulated PostScript (EPS), el Windows Metafile Format (WMF), el Hewlett-Packard Language (HPGL) y el formato Macintosh para ficheros gráficos, conocidos como PICT(40).



ilustración



2.1

ILUSTRACIÓN

En este capítulo veremos de que se trata la ilustración, es decir, su definición, sus diferentes aplicaciones en el campo profesional, sus antecedentes con una breve historia y mencionaremos algunas de las herramientas y materiales que se emplean para este proyecto.

La ilustración, como vimos en el primer capítulo, es vista como una área de la comunicación visual aplicada no solo en el diseño editorial sino también por ejemplo en soportes tridimensionales o multimedia. Hablar sobre la ilustración puede ser muy extenso, ya que la podemos contemplar desde un mundo fantástico en un cuento infantil hasta las representación de una bacteria en alguna publicación científica, y es que en la actualidad el alcance de la ilustración es tal, que la podemos encontrar en todo tipo de libros, revistas, carteles, personajes publicitarios, animaciones, empaques, etc.

Es importante definir la ilustración para tener una visión clara del proceso que encierra el ejercicio del ilustrador.

Hay que tomar en cuenta que la definición ha variado con el paso del tiempo, debido a las diferentes aplicaciones que se le ha dado. Por lo tanto la variedad de opiniones sobre el tema, nos lleva a retomar las definiciones que consideramos importantes para explicar a la ilustración desde una perspectiva contemporánea. "El término ilustrar proviene del latín *illustrare*, derivado de "ilustris - ilustrare", significa valorar, iluminar, aclarar, dar a luz lo que desde el punto de vista literario valdría por explicar, integrar y describir una idea a través del complemento del dibujo de sesgo no literario"(1). Otra definición sería: "La ilustración es la traducción de un lenguaje escrito a un lenguaje visual; es un complemento y a veces, hasta el suplemento de un texto; puede decirse que se ubica como contrapunto respecto de un texto para comunicar y sintetizar ideas. En una palabra ilustrar es comunicar"(2).

Según Joseph Schwarcz(3), la ilustración en relación al texto, se desenvuelve en tres funciones básicas:

- a) Congruencia
- b) Desviación
- c) Función Múltiple



La primera se limita a representar lo que dice el texto, la segunda sigue apegándose al texto sólo que aporta nuevas ideas y la tercera se desprende completamente del texto, narrando incluso otras historias.

Sin embargo Joseph no contempla la ilustración que carece de texto y que por sí sola nos transmite un concepto o una historia, esta sería una cuarta función, denominada:

d) Narrativa visual

La ilustración es un medio a través del cual se comunica gráficamente un concepto, el cual es abstraído y sintetizado en la mente del ilustrador quien se encargara de representarlo mediante diferentes técnicas y transmitirlo a un soporte visual para que pueda ser observada por un numero mayor de receptores. Por tanto el ilustrador contiene los conocimientos necesarios para materializar una idea que es común al ser humano; conocer la función de los signos, los íconos, la lingüística, el color, entre otros elementos de la comunicación visual y combinarlos en una composición que contenga un mensaje.



2.2

ANTECEDENTES



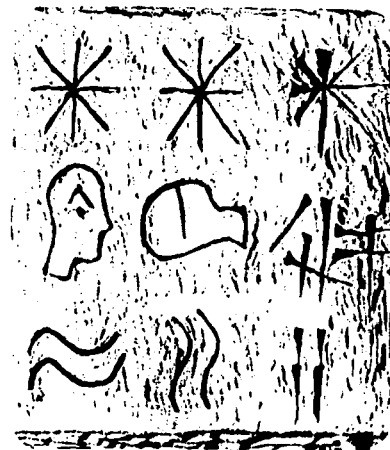
Hay investigaciones recientes de los orígenes de la humanidad, que permiten ubicar en épocas cada vez más remotas las primeras manifestaciones de nuestros antepasados. No se sabe con precisión en donde ni cuando surgió el *Homo sapiens*, que sería la especie biológica pensante, conciente. Se cree que la especie de la que descendemos proviene del sur de África y a medida que los bosques iban desapareciendo, los miembros de esta especie se aventuraron a recorrer las llanuras y a entrar a las cavernas.

"Es precisamente en estas cuevas africanas y europeas, (como por ejemplo en las grutas de Lascaux al sur de Francia, ubicadas desde el Paleolítico hasta los periodos neolíticos (35000 a. C., a 4000 a. C.), donde se dejaron sobre las paredes, pinturas con imágenes de animales llamados **pictografías** (pinturas elementales o bosquejos que representan las cosas descritas) y algunos signos geométricos como puntos, cuadrados y otras configuraciones. Se utilizaron pigmentos mezclados con grasa y al carbón de leña por ejemplo para el color negro, utilizando una gama de tonos cálidos desde el amarillo claro hasta el marrón, hecho de ocre rojo y amarillos. Tal vez embarraban con sus dedos el pigmento o fabricaron una especie de pincel de cerdas o paja, pero es un hecho de que estas pinturas fueron hechas por sobrevivencia y creados con fines prácticos y ritualistas; por lo que es aquí donde se originan las primeras manifestaciones de comunicación visual"(4).

El hombre prehistórico, también ha dejado en otras partes del mundo evidencia gráfica, desde África hasta Norteamérica y las islas de Nueva Zelanda. "Mucha de esta evidencia visual son **petroglifos** (signos esculpidos o raspados o simples figuras en la roca), que en su mayoría son pictografías y algunas de estas se consideran **ideografías** (símbolos que representan ideas o conceptos)"(5). Poco a poco las figuras se fueron simplificando y estilizando hasta evolucionar a la escritura.

Hacia el año 3000 a.C., los sumerios inventan un sistema de escritura *cuneiforme* que se crea a partir de pictogramas preexistentes (representación con signos donde cada uno significa directamente al objeto representado)(6).

Esta era una especie de escritura silábica cuyos signos se imprimían en la arcilla de las tablillas que usaban como soporte, utilizando un estilote de carrizo con la punta afilada para dibujar las primeras pictografías en columnas verticales, que ponían a secar al sol o se cocían en el horno hasta adquirir dureza de piedra. "Posteriormente se creó un sistema de cuadrícula para contener la escritura en espacios divididos vertical y horizontalmente. Pero alrededor del año 2800 a. C. se comenzó a escribir en líneas horizontales de izquierda a derecha de arriba hacia abajo". El estilote de punta alargada se sustituyó por un punzón triangular que se encajaba en la arcilla y entonces los caracteres se componían de una serie de trazos con forma de cuña, y no de una línea continua. Por eso se le llamó escritura *cuneiforme*, así los pictogramas evolucionaron hacia una escritura de signos abstractos(7).



Después de que el signo se transformara de la simple representación de objetos animados o inanimados al *ideograma*, surgió la necesidad de representar a los sonidos hablados y se pasó a la escritura jeroglífica, los sonidos se convirtieron en *fonogramas* (símbolos gráficos para los sonidos). El desarrollo mayor de la escritura cuneiforme fue el uso de signos abstractos para representar sílabas, las cuales son sonidos logrados por la combinación de sonidos más elementales. Aunque el número de signos se simplificó a 560 por los asirios, esta escritura era muy difícil de dominar. El lenguaje hablado se independizó gracias a la escritura, y de esta forma se puede tener testimonio de civilizaciones para la historia de la humanidad.

La historia tomó un amplio sentido gracias a la escritura y junto con temas sobre religión, matemáticas, leyes, medicina y astronomía se organizaron bibliotecas con miles de tablillas. Igualmente la literatura afloró al grabarse en las tablillas la poesía, mitos, himnos, relatos épicos y leyendas. Por medio de cilindros de arcilla que se portaban colgados en el cuello o la muñeca, el escriba certificaba documentos y contratos comerciales, se demostraban la autoridad de los edictos religiosos y reales, así como la "marca" del fabricante.

2.2.1 LOS EGIPCIOS.



En la cuenca del río Nilo en el continente africano, se estableció la civilización egipcia que utilizó un sistema de pintura-escritura llamada **jeroglífico** (que en griego significa "escultura sagrada" y en egipcio "la palabra de Dios") durante tres milenios y medio. Los jeroglíficos más antiguos se remontan aproximadamente al año 3100 a. C., y la última inscripción procede de 394 a. C. tiempo después de que Egipto se convirtiera en una colonia romana(8).

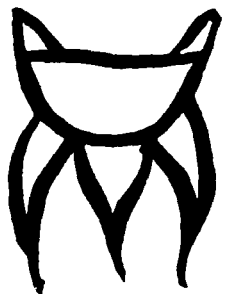
Esta antigua civilización utilizó ampliamente una planta (*Cyperus papyrus*) que crecía en las riveras del río Nilo, así como en las lagunas y pantanos pocos profundos; se aprovechaban sus flores, raíces y tallos para diversos usos, pero la aplicación más importante fue para fabricar el **papiro** (de donde proviene nuestra palabra papel) a base de machacar sus tallos y aprovechando sus fibras junto con su savia glutinosa como adhesivo se obtenían láminas que podían medir hasta 49 cm., que se empastaban y enrollaban con el lado recto hacia adentro. Para fabricar su tinta negra utilizaban al carbón en una solución aglutinante y para su tinta roja usaban el ocre molido. Los tallos de junco servían como pinceles, se cortaba la punta del tallo en ángulo y se masticaba para separar las fibras.

Los egipcios combinaron el dibujo y las palabras para transmitir la información a través de sus manuscritos, que en su mayoría eran textos funerarios llamados: La cofrademidad de los que llegan delante del día mejor conocidos como El libro de los muertos. Tanto en las paredes de pirámides como en sarcófagos de faraones se encuentran plasmados estos textos ilustrados referentes a su mitología de la vida en el más allá.

El diseño del formato de los papiros ilustrados egipcios era de modo regular. A lo largo de la parte superior e inferior del manuscrito corren dos bandas o plecas horizontales, generalmente coloreadas. Se escribía en columnas verticales de derecha a izquierda a derecha separadas por rayas; las imágenes se insertan en el texto y también sobre la banda horizontal inferior, y en columnas de texto que cuelgan desde la banda horizontal superior. Algunas veces se dividía el soporte en zonas rectangulares a fin de separar el texto de las imágenes. La integración del texto con la imagen era funcional y agradable, por el contraste entre la textura densa de los jeroglíficos dibujados a pincel con los espacios abiertos de las plastas planas de color de la ilustración. Las ilustraciones de los manuscritos son contornos simplificados, hechos con tinta negra o café; y coloreadas con plastas de color, utilizando pigmentos blancos, negros, castaños, azules, verdes, y a veces amarillo.



2.2.2 LA CONTRIBUCIÓN CHINA



Los orígenes de la civilización China están rodeados de un gran misterio; se sugiere que para el año 2000 a. C.(9), se desarrolló en virtual aislamiento de la civilización occidental. Pero el curso de la historia fue cambiado por las innovaciones que aportaron como la brújula, instrumento que hizo posible la exploración y la navegación; la pólvora, explosivo que cambió el rumbo de la guerra, que era empleada por los chinos en fuegos artificiales en lugar de armas; el antiguo sistema de escritura de la caligrafía; el soporte ideal y económico para transmitir información: el papel; y la posibilidad de duplicar materialmente las palabras y las imágenes ampliando la difusión de los pensamientos y los hechos por medio de la imprenta. Los europeos adoptaron estos inventos, lo que los puso a la vanguardia y conquistaron el mundo extendiendo su cultura, su religión y su ley.

La caligrafía china no es un lenguaje alfabético sino totalmente visual. Cada símbolo se compone de un cierto número de líneas con forma diferente, dentro de un cuadrado imaginario. Cuenta la leyenda que "fue Ts-ang Chieh quien inventó la caligrafía alrededor del año 1800 a. C., inspirado en las marcas de las garras de las aves y en las huellas de los animales. Ts-ang Chieh elaboró pictogramas elementales de las cosas de la naturaleza. Las imágenes eran muy estilizadas pero fácilmente descifrables, compuesto por un número mínimo de líneas.

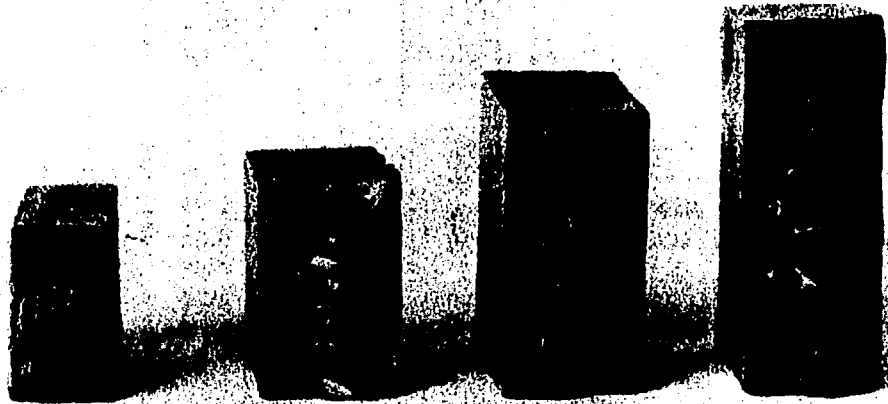
Los caracteres caligráficos chinos se denominan logogramas (caracteres gráficos o signos que representan una palabra completa). Desarrollándose también las ideografías y las prestaciones fonéticas, lo que significa pedirle prestado el signo de una palabra con sonido similar, aunque la caligrafía china nunca se separó en signos silábicos como, la cuneiforme, ni en signos alfabéticos para sonidos elementales" Por eso no existe relación directa entre el lenguaje chino hablado y el escrito; son sistemas independientes para transmitir pensamientos(10).

El estilo regular o k' ai-shu es el que ha permanecido en uso continuo por más de dos mil años, después de que la caligrafía china se iniciara con el arte de la adivinación. En este estilo, cada palabra tiene una variedad infinita de posibilidades de diseño. La estructura, composición, la forma, el grosor del trazo, así como la relación de los trazos entre sí y los espacios en blanco que los rodean, constituyen factores de diseño determinantes para el escritor. En China, la caligrafía es considerada como la forma de arte más elevada, inclusive más importante que la pintura.

En el 105 d.C., Ts'ai Lun inventó el papel éste se hacía de trapos y se parecía en lo esencial al papel actual, los chinos empleaban un pegamento muy fuerte o gelatina para endurecer las fibras y acelerar la absorción de las tintas.

En la historia de la humanidad, el invento, mas importante después del de la escritura fue el de la imprenta. La impresión en relieve consistía en imprimir una imagen sobre una superficie plana, luego se recortaban los espacios que rodeaban a la imagen, de tal manera de que esta resalte sobre la superficie. La cara del emblema se entintaba y sobre ella se colocaban una hoja de papel; finalmente se presiona contra el molde, para transferir la imagen entintada.

Pi Sheng (1023-1063 d. C.) desarrollo la imprenta de tipos movibles y reutilizables, en lugar de cortar de un bloque de madera para cada carácter caligráfico y cada página de escritura para ser impresión. Estos caracteres independientes se moldeaban con arcilla delgada, que después se calentaban sobre un fuego de paja para fabricar un tipo de barro duro. En la imprenta hubo dos fases: una en que se grababan bloques de madera para imprimir páginas enteras, y otra en que se usaron tipos móviles obtenidos vertiendo metal fundido en moldes de cobre. En vista de que la caligrafía no es alfabética, los tipos se organizaban según rimas(11).



Tipos movibles chinos, ca. 1300 a. C.

2.2.3 EL ALFABETO

Nombre antiguo	Posible significado	Nombre griego	Pictogramas de Creta	Fenicios	Griego antiguo	Griego clásico	Latín	Español moderno
Álph	Buey	Alfa	Α	Α	Α	Α	A	A
Bem	Casa	Beta	Β	Β	Β	Β	B	B
Γαρι	Camello	Gamma	Γ	Γ	Γ	Γ	C	C
Δαίηθ	Puerta plegable	Delta	Δ	Δ	Δ	Δ	D	D
He	Ventana enrejada	Epsilon	Ε	Ε	Ε	Ε	E	E
Waw	Gancho, uña		Ϝ	Ϝ			F	F
Zayn	Arma	Zeta	Ζ	Ζ	Ζ	Ζ	G	G
Heth	Barda, barrera	Eta	Η	Η	Η	Η	H	H
Teth	Una enroscadura (?)	Theta	Θ	Θ	Θ	Θ	I	I
Yód	Mano	Iota	Ι	Ι	Ι	Ι	J	J
Kaph	Mano torcida	Cappa	Κ	Κ	Κ	Κ	K	K
Lámed	Buey agujon	Lambda	Λ	Λ	Λ	Λ	L	L
Mem	Agua	Mu	Μ	Μ	Μ	Μ	M	M
Nun	Pescado	Nu	Ν	Ν	Ν	Ν	N	N
Sámek	Apoyo (?)	Xi	Ξ	Ξ	Ξ	Ξ	O	O
·Ayn	Ojo	Ou	Ο	Ο	Ο	Ο	P	P
Pe	Boca	Pi	Π	Π	Π	Π	Q	Q
Sade	Pesado gancho (?)		Ϙ	Ϙ	Ϙ		R	R
Kóph	Ojo de aguja (?)	Kopa	Κ	Κ	Κ		S	S
Resh	Labeta	Rho	Ρ	Ρ	Ρ	Ρ	T	T
Shn, sn	Diente	Sigma	Σ	Σ	Σ	Σ	U	U
Taw	Marca	Tau	Τ	Τ	Τ	Τ	V	V
							X	X
							Y	Y
							Z	Z

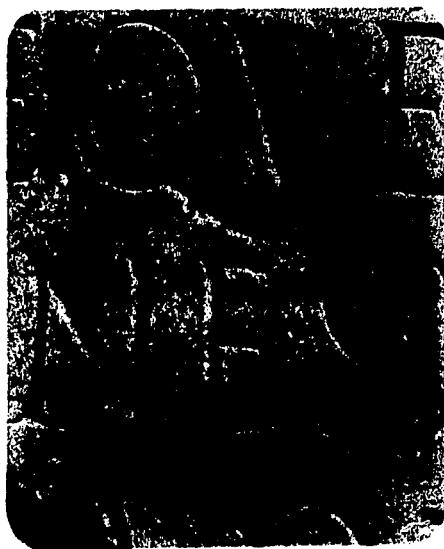
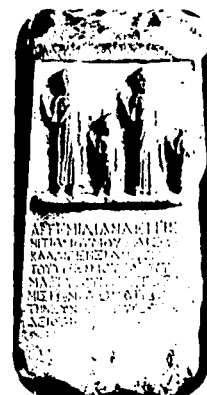
El alfabeto (su nombre procede de las primeras dos letras del alfabeto griego alfa y beta) es una serie de símbolos visuales simples que representan sonidos elementales. Estos símbolos se pueden unir y combinar para formar una configuración visual capaz de representar todos y cada uno de los sonidos, sílabas y palabras articuladas por la voz humana.

Existen varias teorías sobre los orígenes del alfabeto, pero no se sabe quien fue el inventor y se especula en otras teorías que la fuente radica en el lenguaje cuneiforme, los jeroglíficos, los signos geométricos, prehistóricos, y a las primitivas pictografías cretenses que desde el año 2800 a. C. ya se usaban los símbolos pictóricos y aún existen alrededor de 135 pictografías de figuras de brazos y otras partes del cuerpo, animales, plantas y algunos símbolos geométricos. Y para el año 1700 a. C., las pictografías dieron paso a la escritura de letra lineal precursora del lenguaje hablado griego(12).

En lo que hoy se conoce como Líbano y partes de Siria e Israel se desarrolló la cultura Fenicia, de donde provienen los escritos alfabéticos más antiguos que se conocen. Los fenicios fueron influenciados por Mesopotamia y Egipto. Se cree que el alfabeto nació en la ciudad más antigua del estado de Fenicia: Biblos, en esta ciudad costera se producía papiro egipcio de calidad especial por lo que los griegos adoptaron el nombre de dicha ciudad "byblios" para designar al "libro" y también de ese nombre procede la palabra "biblia".

El alfabeto hebreo consiste de las 22 letras consonantes del antiguo alfabeto semítico del norte, cuyas formas gráficas son letras negras de forma cuadrada con trazos horizontales más gruesos que los verticales. El lenguaje arábigo consiste en 22 sonidos originales del alfabeto semítico, además de seis caracteres adicionales al final, formados por signos caligráficos curvos. Este sistema de signos hizo que la instrucción estuviera al alcance de mucha gente, por su facilidad de lectura y escritura; provocando que los escribas y sacerdotes perdieran su monopolio sobre el conocimiento escrito y su poder político e influencias se derrumbaron.

Poco antes del año 1000 a.C., los griegos adoptaron la escritura fenicia, probablemente como resultado de sus contactos con comerciantes semíticos. Se escribía de izquierda a derecha como en la actual cultura occidental. Además de adecuarlo a sus necesidades, los griegos enriquecieron el alfabeto fenicio con los signos vocálicos a, e, i, o y u. Aquí se muestra una estela votiva con cuatro figuras y sellos de firma del siglo V a. C. (13).



Detalle de la inscripción en una tumba de la vía de Apia, en Roma.

El alfabeto romano llegó de Grecia por medio del antiguo pueblo de los etruscos, que eran los que dominaban la península itálica durante los principios del primer milenio antes de cristo.

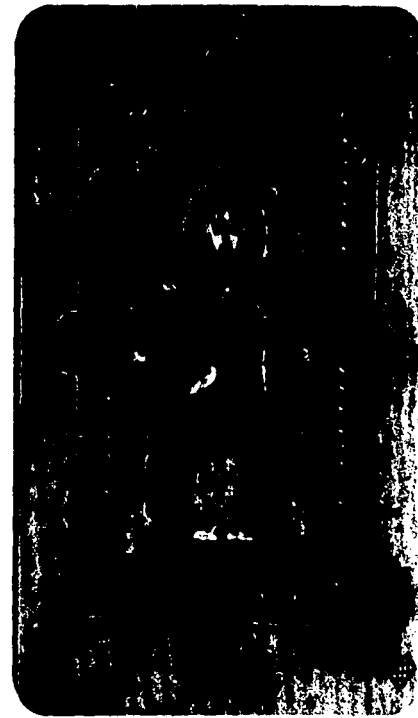
"El alfabeto latino consistía (alrededor del año 250 a. C.) en 21 letras: A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R (evolución de la letra P), S, T, V, X. Después de la conquista romana sobre Grecia, se agregaron las letras griegas Y y Z para dar cabida a palabras griegas que contenían estos sonidos y que los romanos pedían prestadas. Durante la edad media se agregaron tres letras adicionales al alfabeto hasta llegar alas 26 letras del alfabeto inglés contemporáneo. "El uso del pergamino como material de escritura se volvió común alrededor del año 190 a. C." (14).

Su origen comienza, según la tradición, cuando Tolomeo V de Alejandría y el rey Eumenes de Pérgamo estaban sumergidos en una rivalidad por construir bibliotecas y Tolomeo embargó los embarques de papiro a fin de impedir que Eumenes continuara con su rápida producción de obras

Para librar el freno del embargo se inventó el pergamino, soporte de escritura fabricado con pieles de animales domésticos -particularmente de terneros, borregos y cabras-; que después de un proceso de lavado, estiramiento, raspado, blanqueado, y suavizado se obtenía un soporte más grande, durable y flexible con una superficie más uniforme que el papiro, y el cual se volvió muy popular como material de escritura. Al pergamino de más alta calidad se le llama vellum y se fabrica se suaves pieles de becerros recién nacidos. Casi al iniciarse la era cristiana en Roma y Grecia, se suplantó al rollo (rotulus) por un diseño de formato llamado **codex**. En el cual el pergamino se reunía en grupos de dos, cuatro u ocho hojas, que se doblaban, cocían y combinaban en códices con páginas, como un libro moderno. La grandeza de la sociedad romana ilustró muchos aspectos posteriores ala cultura humana y su

alfabeto se convirtió en la forma de diseño para los lenguajes visuales en el mundo occidental.

A la desaparición del Imperio Romano continuo una era de desquicio e incertidumbre en el occidente. La Edad Media o periodo del *oscurantismo* duró mil años, desde la caída de Roma en el siglo V d. C., hasta el Renacimiento en el siglo XV⁽¹⁵⁾. Durante esta época los lenguajes regionales, las costumbres y las divisiones geográficas de Europa comenzaron a formarse en áreas aisladas. La población en general se hundió en el analfabetismo, la pobreza y la superstición. Se estableció una sociedad feudal en donde los terratenientes tenían poder opresivo sobre los labriegos que trabajaban en sus campos. Pero la influencia bárbara y romana, se combinaron y originaron un rico y colorido vocabulario dentro de los oficios y artes. Nada habla de "oscuro" en los oficios del periodo medieval, incluyendo la fabricación de libros.



El principal estímulo para la conservación de los libros fue la fe cristiana en los escritos religiosos sagrados. Los monasterios cristianos se transformaron en centros de actividad cultural, educacional e intelectual. Dentro de los monasterios, la preservación del conocimiento incluía la realización de manuscritos ilustrados, los cuales, en el sentido más estricto, son libros manuscritos adornados con oro o plata. Sin embargo el término se aplica a cualquier libro escrito a mano que este decorado e ilustrado y que haya sido producido durante el periodo medieval. Para el cristiano del medievo, los escritos sagrados tenían gran significado. El empleo del diseño gráfico e ilustrativo, con el fin de reforzar visualmente el significado de las palabras, se volvió muy importante y los manuscritos iluminados se realizaban con extraordinario cuidado y sensibilidad por parte de los amanuenses (personas encargadas de escribir e ilustrar libros a mano por encargo de gente aristócrata).

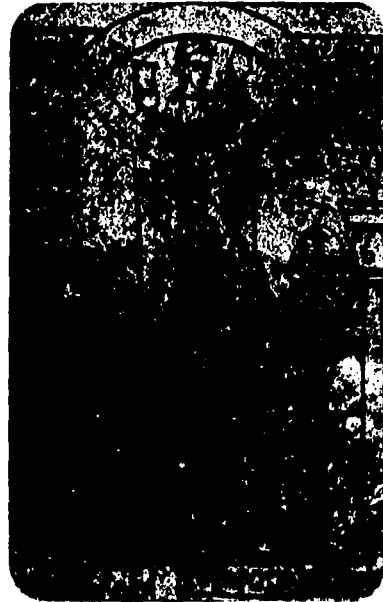
2.3

HISTORIA

A partir de los siglos VIII y IX existieron monjes copistas que con gran esmero copiaban tratados de literatura, ciencia y filosofía los cuales eran copiados y enviados a otros conventos. Y es aquí donde se origina y desarrolla una ilustración ornamental en los libros que se hacían totalmente a mano constituyendo el gran esfuerzo artístico de la Edad Media. En los escritorios (los talleres de los conventos) se realizaba este trabajo, en el estilo propio de su época, estos libros muestran una admirable unidad entre escritura e imagen.

Hasta finales de la Edad Media, el medio más común en la iluminación de los manuscritos románicos y los "Libros de Horas" era el temple a base de clara de huevo, usandola sobre papel avitelado o pergamino se batía la clara y se dejaba reposar, hasta que quedaba convertida en un medio líquido y fluido, fácil de manejar y que se mezclaba bien con los pigmentos en polvo que en ese tiempo existían. Los "Libros de Horas" recibían ese nombre antes de que se inventara algún medio mecánico para marcar el tiempo, las horas impuestas por la iglesia determinaban las reglas para el rezo de ciertas oraciones a lo largo del día, entonces se encargaban libros de oraciones para seguir esta norma y así surgió este libro peculiar. Este era realizado por un equipo comparable a los actuales diseñadores-tipográfico e ilustrador. El escribano realizaba el texto y el artista dibujaba y pintaba las ilustraciones. Los "libros de Horas" eran realizados frecuentemente por varios grupos de artistas, poco a poco estos libros eran ordenados por gente con dinero y se convirtieron en símbolos de status, que indicaban la riqueza del propietario e incluían retratos de la familia y registros visuales de sus pertenencias.

Hacia finales del siglo XIV, la ilustración se liberó de la iluminación de textos y se convirtió en pintura de tableros, la iglesia, el estado y la gente rica continuaron encargando estos trabajos hasta bien entrado el siglo XV, a mediados de este siglo se producen nuevos descubrimientos en las técnicas de pintura al aceite y esto se atribuye a los hermanos Van Eyck(16). Con la invención de los tipos móviles y el desarrollo de la imprenta, la ilustración siguió dos direcciones: los trabajos para reproducirse y la pintura narrativa.



Un punto importante para el inicio de la ilustración es referenciarlo en la Edad Media en la que los libros producidos a mano llegaron a constituir verdaderas obras de arte ya que en su confeccionamiento fueron profusamente ilustrados desde las letras iniciales o capitulares en las que las ilustraciones empleadas, servían en un principio como elementos de ornamentación, cuidaban mucho el trazo de la letra y desarrollaron un estilo muy particular como lo fue la letra gótica.

2.3.1 EL GRABADO

El término "grabar" se puede entender como la incisión hecha conscientemente por el hombre sobre un material cualquiera, la historia del grabado debe remontarse a los primeros trabajos prehistóricos: incisiones en piedra, hueso, paredes de cavernas o en cerámicas. Así la historia del grabado debe comenzar en el momento en que la incisión grabada se estampa una y otra vez, dando lugar a un original repetible.

El libro impreso más antiguo del mundo es el "Diamante Sutra" el cual fué encontrado en la "cueva de los mil budas" de Tung-Huang en el que se puede leer: "impreso en (fecha equivalente al 11 de mayo del año 868)(17), estos primeros libros se imprimieron utilizando clisés de madera . Está formado por siete hojas de papel empastadas en un rollo que mide 4.9 mt de largo, con un ancho de 30.5 cm. Seis hojas del texto comunican las revelaciones de Buda a su anciano discípulo Subhuti; la séptima es una compleja ilustración lineal de un grabado en madera de Buda y sus discípulos. Chieh, buscó el progreso espiritual encargando la duplicación en imprenta del "Diamante Sutra". Cabe mencionar que el "Diamante Sutra" es el primer impreso xilográfico durante los milenios anteriores a.C. según Müller Brockman(18) y posteriormente d.C. el primer impreso xilográfico fue la imagen de "San Cristobal" en Europa según un grabado de mediados del siglo XIV, de esta estampas se tenía la creencia de quien la mirara estaría protegido durante ese día de una muerte repentina, comunmente llamadas estampas de preservación.

La imprenta en Alemania por Johannes Gutenberg marcó el cambio definitivo para el libro impreso y la difusión de éste proceso se extendió por todo Occidente y los países bajos. Con el uso de las letras intercambiables y de las prensas para impresión y luego de varios ensayos entre los que destacan de manera trascendental los de Gutenberg, se perfecciona la imprenta de tipos móviles e intercambiables. Este hecho marca definitivamente la pauta para pasar del libro impreso por bloques completos con texto e imagen juntas al de texto compuesto por caracteres independientes y finalmente al libro ilustrado.



"Diamante Sutra"



Imágen de "San Cristobal"

2.3.2 EL SURGIMIENTO DE LA XILOGRAFÍA



Sota de diamantes, naipo grabado en madera, alrededor de 1400.

Uno de los acontecimientos que marco la pauta hacia los procedimientos para obtener imágenes exactamente repetibles lo fue la invención de la xilografía que consiste en hacer incisiones en una plancha de madera y por presión sobre otra superficie en este caso papel se consiguen imágenes idénticas a su original, su aparición se remonta a mediados del siglo XIV, no se sabe en que lugar de Europa occidental se empezaron a imprimir por vez primera dibujos e imágenes a partir de bloques de madera.

El lugar y la fecha son datos difíciles de precisar puesto que al mismo tiempo y en diversos lugares se practicaban y desarrollaban procesos similares en este caso para la reproducción de imágenes. La palabra Xilografía se deriva de **Xilos**: madera y **Graphos**: grabar. Las xilografías más antiguas que se conocen, se obtuvieron por frotación del bloque de madera, no por prensado, pero al mismo tiempo los xilógrafos conocieron el uso de la prensa. Con el desarrollo del papel tiene lugar en Occidente, la difusión de los primeros grabados algunas de las xilografías más antiguas de hoja suelta eran simples papeles dibujados para pegarlos en cajas u otros objetos decorativos. Otros aparecen en los naipes, pero la mayoría de éstas primeras xilografías sueltas presentaban temas religiosos(19).

La iglesia recurrió al dibujo y después al grabado en madera para divulgar creencias religiosas e imágenes de santos sobre estampas dibujadas y pintadas a mano en hojas sueltas. Todas estas estampas eran producidas en grandes cantidades y la forma cada vez más suntuosa de presentarlas llevó a que "no pudieran prescindir de la ilustración". La demanda de estas estampas crecía y necesitaba de procesos de producción más simples y rápidos, así que surgió la idea de reproducir mecánicamente los dibujos para no tener que copiarlos una y otra vez.

Es importante mencionar la actividad de los artesanos creadores de breves (se llamaba así a todo escrito corto) del siglo XIV, éstas eran personas que tenían por encargo reproducir una pequeña demanda diaria de trabajos escritos y pintados por encomendación de los conventos. Estos artesanos-pintores se auxiliaban en su trabajo con la estampación previa de xilografías para ilustrar sus manuscritos con imágenes, las que luego coloreaban a pincel, acabando la edición con el texto dibujado a mano.

A comienzos del siglo XV aparece el libro xilográfico en el que texto e ilustración se graban en planchas de madera, que se estampan por medio de frotación de tampones sobre la superficie del pergamino o papel. Finaliza este proceso con la aparición del libro tipográfico, en el que, para la composición de sus textos, se utilizan letras intercambiables. A todas estas primeras ediciones se les denomina con el nombre genérico de "incunables", denominación que reciben todos los libros impresos antes del año 1500 y que carecen de colofón. Los incunables xilográficos fueron destinados al público popular, sus orígenes se encuentran en Alemania y en los países bajos(20).

El color aplicado al grabado en madera surge como sustitución de las miniaturas hechas a mano que ilustraban los libros. El trabajo era llevado a cabo por el iluminador, quien usaba tonos vivos de acuarela entre los cuales no había transiciones. Para ese entonces el grabador comenzaba a cuidar los detalles y buscaba cierta diferencia de tonos entre el blanco y el negro. Las imágenes se ven influenciadas por los vitrales, los murales o las monumentales páginas del libro medieval, ya que la superficie está dividida en pequeños campos cerrados gracias a los cuales el iluminador aplica el color mecánicamente.

Hacia 1460 aparece el grabado en hueco o "talla dulce", la atribución más reconocida es para Maso Finiguerra(21), orfebre florentino de la época de los Médicis, con el fin de obtener un calco de sus obras, se le ocurre a Finiguerra entintar las incisiones efectuadas en el metal, limpiar la superficie dejando la tinta en los surcos, para luego estampar sobre un papel humedecido, por medio de la presión ejercida con un rodillo blando.

A mediados del siglo XVI, el grabado en cobre competía con el de madera como método de reproducción. El aguafuerte era el procedimiento más rápido que existía hasta entonces para producir estampas, fue sin duda durante muchos años su principal método para las gentes dedicadas al oficio de la reproducción de grabados. Uno de sus más grandes exponentes fue Alberto Dürero quien además de ser magnífico pintor y dibujante es en su obra grabada donde ha legado su mayor talento creador.





Siglo XVII

En este siglo se produce la ruptura definitiva con las tradiciones pictóricas del Gótico y del Renacimiento, comenzando el estilo Barroco en las ilustraciones, en el campo de la pintura el óleo es el líder indiscutible.

La decoración de la primera página de los libros se convirtió en el vehículo de los grabadores, quienes realizaban diseños emblemáticos y alegóricos. Uno de los más grandes ilustradores de esta época fue William Blake (1757-1827) que desarrolló un proceso denominado "Impresión iluminada" en éste el texto y el diseño se grababan en relieve, se imprimían a un color y se aplicaban tintes después. Más tarde se produjo otro avance con el desarrollo de la impresión al aguafuente, junto con esto el establecimiento del estilo inglés de pintura a la acuarela permitió la producción de grandes planchas a color para libros (22).

En este siglo se otorga al grabado la categoría de obra de arte, mientras que también será un testimonio histórico y documental, y un medio de difusión, el cobre desplaza a la madera y las mejores obras de este siglo se graban al aguafuente y buril. El centro de grabado pasa de Italia a otros países, Francia y Holanda principalmente, en este tiempo Rubens a su vuelta de Italia, se convierte en el pintor flamenco más importante, también están otros personajes como Herkules Seghers, Jacques Callot, Jacques Bellange, Tempesta(23)

Siglo XVIII

Este siglo será la época de expansión para el grabado considerado por el siglo XVII como arte mayor, todas las clases sociales manifiestan la ávidéz y el gusto por las ilustraciones reproducidas por grabado y empiezan a existir tendencias y estilos que caracterizaran a una época.

Los cambios y las innovaciones técnicas son desarrolladas por los artistas creadores se siguen utilizando las técnicas clásicas tanto en xilografía como en calcografía afinando sus resultados, pero también se conquistan nuevos procedimientos. En Inglaterra Bewick (1753-1838) desarrolla el grabado a contrafibra (es una versión perfeccionada del grabado en madera, utilizando bloques cortados a través de la fibra), dando a la xilografía la posibilidad de poder competir con la calcografía en cuanto a libertad de trazo. A principios del siglo XIX el inglés Bewick ideó una variante del grabado en madera para la reproducción fiel y exacta de dibujos, era el grabado en madera de pie, que devolvió importancia a la xilografía, ya que en los siglos XVII y XVIII el grabado en cobre y el aguafuente eran mucho más utilizados. En el grabado del siglo XVIII francés sobresale Watteau por sus obras grabadas

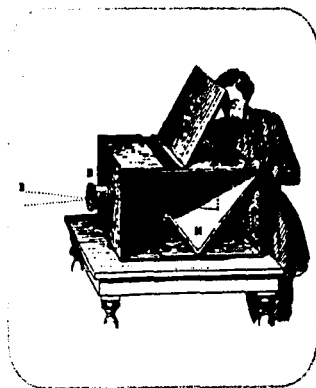
En 1860 resurge de nuevo el interés por el aguafuerte, el impresionismo fortalece el nuevo grupo de ilustradores-grabadores entre los que destacan Manet, Degas, Gauguin con xilografías sumamente expresivas, las litografías de Daumier consiguen dar a la estampa popular una gran categoría artística, los carteles y obras de Toulouse Lautrec entre otros.

Siglo XX

Hasta mediados del siglo XIX la producción de imágenes sigue siendo artesanal a partir de ese punto se produce la invención de la fotografía. Aunque se tiene un antecedente de que en 1700 ya existía en su forma más primitiva y era denominada cámara oscura. Era una caja provista de un lente para que se concentrará la imagen en un espejo que la reflejaba sobre un cristal transparente sobre un papel aceitado. Los contornos de la imagen proyectada por el objetivo sobre el papel eran fácilmente reproducibles mediante instrumentos gráficos. Los artistas de esa época encontraron una nueva forma de hacer dibujos de manera más rápida y disminuir o aumentar el tamaño así como la perspectiva, gracias a la cámara oscura(26).



Henri de Toulouse-Lautrec, cartel de 1893. La influencia de la impresión japonesa es evidente en la silueta plana, en el color sin modulación y el dibujo curvilíneo estilizado.



Pero la fotografía como hoy la conocemos, que es el registro permanente de imágenes captadas por una cámara oscura, la realizaron Joseph Nicéphore Niepce y William Hery Fox Talbot. En 1816 el francés Niepce obtiene imágenes que sólo consigue fijar parcialmente. el mismo investigador realizó la primera fotografía que se conoce, colocando en la cámara oscura una lámina de peltre (aleación de zinc, plomo y estaño) en la que, tras una exposición a la luz natural de ocho horas, obtuvo una imagen positiva directa. La invención del negativo la realizó, en Gran Bretaña, en 1839, Fox Talbot con lo que quedaron definitivamente sentadas las bases de la técnica fotográfica que perdura hasta nuestros días(27).



Berthold Löffler, cartel de un teatro y cabaret, ca. 1907.

La ilustración ha sido un arte vital en la historia del mundo moderno y constituye una parte reconocida de nuestra experiencia cultural actual. Antes de la Segunda Guerra Mundial, en general los ilustradores se habían mantenido dentro de la tradición realista y del cómic, impuesta por los grandes artistas de la época victoriana. lo principal era saber hacer un buen dibujo académico, incluso en el caso de ilustraciones decorativas o humorísticas. En las décadas de 1929 y 1930, se puso de moda entre los editores y las agencias de publicidad, una cierta elegancia gráfica, y la vanguardia de la ilustración comenzó a explorar nuevos lenguajes visuales que ofrecían los pintores y escultores. Aunque seguían predominando en gran medida las tradiciones victorianas.

El movimiento artístico del arte abstracto no tuvo tanta influencia, pero el arte pop de las décadas del cincuenta al sesenta, exaltó la ilustración popular (por ejemplo, el arte del cómic) y los productos gráficos. Todo era un homenaje a la sociedad de consumo tecnológica y próspera. Artistas como Peter Blake o Andy Warhol fueron antes artistas gráficos antes de dedicarse a la pintura. Los cubistas y surrealistas adoptaron las técnicas del montaje y el collage, con lo cual transmitían mensajes completos en una sola imagen

Contra los pronósticos, la ilustración siempre ha tenido un mercado permanente y con necesidades crecientes como todo tipo de comercio. La televisión, a pesar de su gran impacto, no sólo no ha sustituido a la imprenta (en la actualidad, contribuye a generar material impreso en apoyo de sus programas) sino que ha empleado ilustradores e ilustración para todo, desde los noticieros hasta los programas educativos y ese género exclusivamente ilustrativo que es la animación.

Los inicios experimentales de la serigrafía se remontan al periodo de entreguerras en Europa pero su historia real comienza en Estados Unidos. En 1938 Anthony Velonis, un grafista, se le confió la sección de carteles del proyecto de arte de Nueva York; la cual tenía la misión de reformar el trabajo en serigrafía e introducir a los demás pintores en esta nueva técnica. Este es el punto de partida directo no sólo de la serigrafía americana sino de la mundial. Doce artistas se juntaron y formaron el Silk Screen Group, que posteriormente adoptarían el Nombre de National Serigraph Society, para demostrar que trabajaban en una nueva técnica con futuro. Carl Zigrosser uno de los precursores de esta técnica fue el que designo junto con Velonis el nuevo termino serigrafía que significa dibujo sobre la seda análogo al dibujo sobre piedra. Hasta 1952, la sociedad ya había enviado mas de 300 exposiciones alrededor del mundo aunque muchos de los miembros no habían conseguido la gloria puesto que para ellos la técnica ya no tenía más que ofrecer. La serigrafía tiene una participación contundente en el éxito del arte pop. Se convierte para muchos pintores en la técnica de arte gráfico más importante. Los grandes exponentes fueron Andy Warhol, Roy Lichtenstein, entre muchos otros.

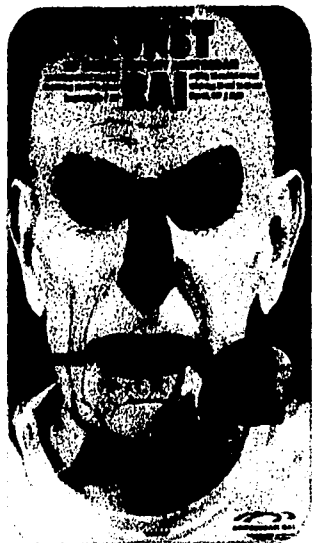
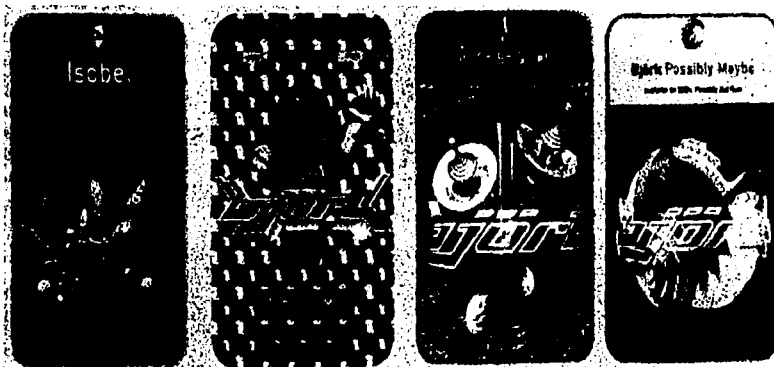


Schulz-Neudamm, cartel cinematográfico de Metrópolis, 1926.

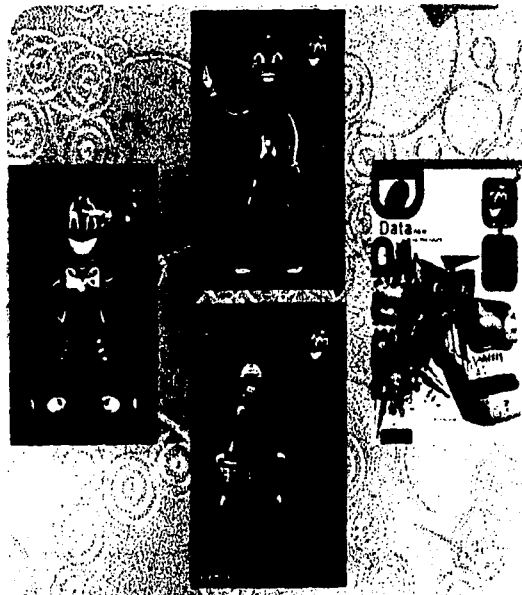


Reinols Ruffins, ilustración de la revista
Amtrak Express, 1983.

Gracias a que la tecnología ha revolucionado en todos los ámbitos el aspecto del diseño, éste no se podía quedar atrás. En el mercado de las computadoras personales con un sistema de manejo más amigable aparece en 1984 la Macintosh II, una nueva computadora con un diseño impecable, y un sistema operativo depurado y fácil de utilizar conformada por un monitor de alta resolución, un ratón y una interface accesible hizo posible que tanto artistas como diseñadores, gracias al programa pionero llamado MacPaint, fuera el modelo para este tipo de arte.



Anthony Beeke, cartel de arte moderno
holandesa en Amsterdam, 1997.



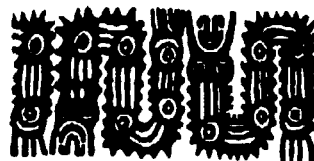
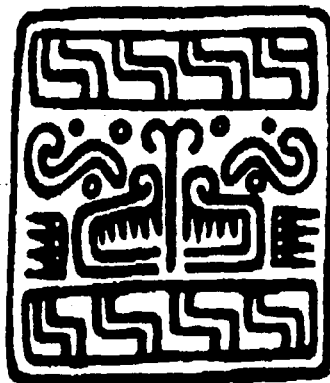
2.3.3 ILUSTRACIÓN Y GRABADO EN MÉXICO

Como hemos podido ver, el grabado ha sido el parteaguas para comprender la historia de la ilustración, a continuación lo retomaremos pero desde sus inicios en México.

En el antiguo México, existían esplendorosas culturas como la Teotihuacana, Olmeca, Maya, Totonaca, Chichimeca y Azteca por mencionar algunas conjuntamente con las de Perú, en las cuales el estampado con sellos, era una práctica muy común en su época; estos sellos eran generalmente de barro cocido o de madera. Así se empleaban dos tipos de sellos: tablitas cuadradas o rectangulares, planas, cóncavas o convexas o bien pequeños cilindros que permitían una impresión en rítmica sucesión, también se usaba un eje longitudinal como un palito o un hueso en medio del sello, permitiendo usarlo como un rollo impresor. Estos sellos se usaban en la cerámica, tejidos, papel y sobre la piel. Estos hechos permiten suponer que diversas culturas en América Latina practicaban ya un sencillo proceso de grabado para obtener imágenes en serie antes del arribo de los españoles (28).

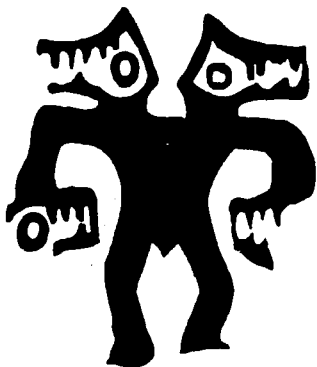


Códice Vaticano que refiere a la creación de los cielos según los Nahuas(29).





Con la dominación e influencia española se adoptaron nuevas técnicas de impresión, en 1539 Fray Juan de Zumárraga solicita al consejo de Indias, en Sevilla la concesión de establecer "una prensa y papel de imprimir". La respuesta a esta petición fue el envío de Juan Pablos, quien tendría el privilegio de ser el primer impresor en territorio mexicano, en 1543 aparece ya el primer libro impreso en América, llamado "Introducción a la Doctrina Cristiana" escrito por Zumárraga e impreso por Juan Pablos. Este libro fue impreso casi 200 años antes de la famosa Biblia de Gutenberg de América Latina impreso en Argentina(30).



Dentro del grabado existieron dos tendencias fundamentales que determinan su forma y contenido: la influencia didáctico-popular sobre las masas y el reflejo de la estructura socio-espiritual del país. Según Manuel Romero de Terreros(31), las primeras xilografías fueron reproducciones de naipes, tal como en Europa (Dos naiperos reconocidos fueron Cristóbal García y Luis de Puyana). A la par de este tipo de ilustración avanzaban las técnicas en la reproducción gráfica para la propagación de la fe. La reproducción de naipes fue prohibida a partir de 1555, por el Virrey D. Luis de Velasco .

Juan Ortiz, de origen francés, llegó a México como grabador al servicio de Pedro Ocharte quien había heredado la primera prensa en América de manos de Juan Pablos. Este grabador inició a un grupo de indígenas en las artes gráficas, al contratarlos para ilustrar 300 láminas con la Virgen del Rosario como tema, sin embargo no se sabe con exactitud cuándo comenzaron a imprimir por sí mismos y sólo se encuentran algunos indicios en grabados en cobre producidos en el s. XVII.



Poco después de 1830 la litografía también encontraría un lugar para albergar este tipo de ilustraciones religiosas además de añadir al repertorio sátiras de costumbres y caricatura política, la cual encontró un sitio ideal en México gracias al abundante tema que ofrecía la situación del país en donde permanecía vivo el eco del choque entre indígenas y españoles. Asimismo dio auge a los primeros periódicos mexicanos de esa época los cuales fueron "La Gaceta literaria y Mercurio volante". En 1798, Gerónimo Antonio Gil, insigne grabador de tipos español, fundó, por mandato de Carlos III, la Real Academia de San Carlos, y reorganizó la Casa de Moneda y después la de grabadores

En 1871 Trinidad Pedroza era litógrafo y grabador en madera, y edita el semanario "El Jicote" cuyo principal atractivo eran las caricaturas litografiadas, es aquí donde Posada aprende el oficio y donde aparecen sus primeros dibujos y caricaturas. En esta segunda mitad del s. XIX comienzan a gestarse cambios cruciales en la vida de México que fueron representados gráficamente por José Guadalupe Posada, quien fungió como cronista gráfico de la vida mexicana, enfocado a los sentimientos populares y en quien se basa la edad de oro del grabado popular de México. Posada nace en Aguascalientes en 1852, ahí aprende el oficio de litógrafo y grabador en madera. En 1888 Posada llega a la editorial de Vanegas Arroyo, para entonces, Manuel Manilla era el más experto ilustrador de ese lugar.

Durante 25 años Posada desarrolla gran parte de su trabajo ilustrando corridos, descripciones de casos raros, acontecimientos del día y calaveras para el Día de Muertos. Su creatividad y agudeza en la representación de estos temas llamaron la atención de la opinión pública. Posada tuvo que utilizar un método más rápido de producción ya que el tallado de la madera era tardado y los acontecimientos necesitaban ser reproducidos en muy poco tiempo para tener impacto sobre las masas. "Con una tinta química especial dibuja directamente sobre las planchas de zinc, les da un baño de algún corrosivo, y el clisé está listo para la plancha (Aguafuerte) (32).

Gabriel Gaona (1828-1899) nació en Mérida, Yucatán, y bajo el seudónimo de "Picheta" creó un gran número de grabados en madera para el semanario satírico-político "Don Bullebutle". Esta revista duró apenas un año, después de ésta, Picheta fundó una academia de pintura pero no conseguía dinero suficiente para subsistir y tuvo que dedicarse a otras actividades más lucrativas. Picheta puso su talento al servicio de la política y sus obras representan su objetividad al percibir y expresar la realidad en la que vivió. Escalante y Hernández dedican su producción al periódico, mientras que Posada y Manilla la dedican a las hojas volantes en el taller de Vanegas Arroyo. La calavera es un tipo de expresión totalmente mexicano, y se aprovecha su sentido chusco para burlarse de personalidades de la vida pública, los grandes eventos, y las preocupaciones del pueblo.



Calaveras del sombrero. Calavera de Madera



El sucesor de José Gpe. Posada fue el ilustrador Julio Ruelas, éste creó un gran número de viñetas e ilustraciones para la revista "Moderna" fue publicada entre 1898 y 1910. En los años treinta surge otro importante grabador Leopoldo Méndez éste es uno de los miembros activos fundadores de la Asociación de artistas y escritores, y del "Taller de gráfica popular". Gabriel Fernández Ledesma funda y edita la revista "Forma", una publicación que apareció entre los años 1925 y 1929 patrocinado por la Universidad de México, éste se consagra a la creación de catálogos de excepcional calidad, representando una tendencia artística contemporánea. A éste se suma Francisco Díaz de León quien también comparte el éxito en el diseño de carteles y catálogos

Francisco Díaz de León funda en 1937 la "Escuela de Artes del Libro" donde se impartían cursos nocturnos donde se enseñaban todos los procesos gráficos y de producción de un libro. También da clases en la escuela de Koloman Sokol, excelente grabador checoslovaco. De entre sus alumnos salieron varios grabadores conocidos: José Chávez Morado, Isidoro Ocampo, Feliciano Peña, Francisco Gutiérrez, Jesús Ecobedo, Abelardo Ávila, Manuel Echauri, Mario Ramírez, Francisco Vázquez, Mariano Paredes, Otto Butterlin y otros.



El ilustrador comercial moderno, Miguel Covarrubias, rompe con la tradición nacionalista establecida por Posada y colabora en la década de los 30 para la revista estadounidense "Fortune" como ilustrador de portadas. Miguel Prieto, exiliado de la Guerra Civil española fue profesor de diseño tipográfico en México y revolucionaria la producción de diseños para libros, revistas y periódicos. Su discípulo más destacado fue Vicente Rojo (Barcelona, 1932), quien llega a México llegando a ser un destacado e innovador de las artes gráficas en nuestro país. Tiene una importante trayectoria como productor de catálogos, obras y revistas de arte y literatura en el Fondo de Cultura Económica y la Universidad de México. Fue director de la Imprenta Madero, fundada en 1951 por Tomás Expresate y José Azorín y primera en instalar un departamento de diseño(33).

La imprenta Madero originó la creación del Grupo Madero, un equipo de diseñadores formados en el departamento de diseño, de los que destacan Rafael López Castro, Peggy Espinosa, Bernardo Recamier, Germán Montalvo, Luis Almeida, etc. Josep Renau hizo una gran contribución al cartel cinematográfico, cubiertas de libros y sellos de correos. Alberto Beltrán funda las revistas político-satíricas "Ahí va el golpe y El coyote emplumado".



Lo más representativo del diseño gráfico en México a partir de los años 60 fue el desarrollo gráfico para las Olimpiadas del 68 y la señalización del metro, realizados por el diseñador norteamericano Lance Wyman y secundado por el arquitecto mexicano Pedro Ramírez Vázquez como presidente del comité organizador y Eduardo Terrazas como director del departamento de diseño(34). El diseño gráfico en México se ha visto influenciado en gran medida por diseñadores extranjeros que han hecho grandes contribuciones a su desarrollo. Una de las oportunidades con que cuenta el país para apreciar los trabajos de estos diseñadores es la Bienal Internacional del Cartel en México. También existen asociaciones como el CODIGRAM (Colegio de Diseñadores Gráficos e Industriales de México) eventos anuales como convenciones de diseño y concursos así como el del Catálogo de Ilustradores entre otros. Actualmente existen muchos despachos de diseño y agencias publicitarias con un alto nivel de calidad en sus proyectos especializados en diversas áreas del Diseño Gráfico.

2.4

GÉNEROS

Después de conocer sus definición, antecedentes e historia, es necesario entrar dentro del universo de la ilustración, para ello es fundamental identificar las variantes o géneros (clasificación o tipificación de conceptos relacionados) en los que actualmente se aplica y se combina este medio de comunicación visual:

Géneros de la Ilustración

Publicitaria

Geológica y geográfica

Editorial

Cómic

Científica

Técnica

Médica

Botánica

Infantil

Arqueológica

Modas

Arquitectónica

Digital

Otros

2.4.1 PUBLICITARIA.

El término es utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios. Dentro de éste genero se pueden encontrar los siguientes usos:

Promocional.

Encontraremos una gran variedad de aplicaciones de la ilustración en los diferentes artículos publicitarios o promocionales, quienes asumen un papel muy importante en las ventas y mercadotecnia de los productos, por lo tanto la ilustración resulta un elemento significativo para lograr el impacto visual que se requiere; como por ejemplo las **mascotas** o **personajes publicitarios**, los cuáles acercan de una forma directa el producto o servicio con el usuario; utilizada desde un chocolate hasta para una institución financiera o universidad.

Cartel.

El cartel es un medio de comunicación visual en donde el uso de ilustraciones es muy socorrido ya que representa un espacio bidimensional, cuyo contacto visual es rápido y corto, por lo que sus imágenes deben ser expresivas, sintéticas y de fácil comprensión. Es utilizado principalmente en un medio urbano y colocado en sitios públicos. Se considera que un cartel es funcional cuando; estimula, activa, moviliza, convence, impacta, etc., a un observador.

Empaque.

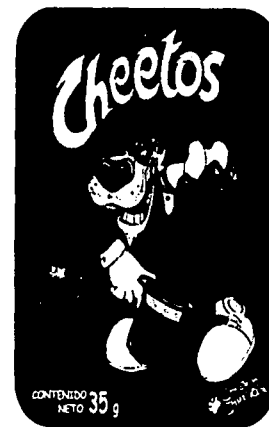
Es el envoltente que permite dar una imagen a un producto y en algunas ocasiones va ilustrado.

Etiquetas.

Son impresos que incluyen por lo regular ilustraciones que son utilizados para identificar marcas de productos y que de alguna manera reflejan una identidad de acuerdo a los fabricantes de los mismos.

Calendarios.

Son impresos que están relacionados directamente con la publicidad de las empresas y se ocupan principalmente a fines de cada año. Comúnmente su soporte son en tarjetas plastificadas o carteles.



2.4.2 ILUSTRACIÓN EDITORIAL.



Este genero tiene que ver con la ilustración de los artículos que se encuentran contenidos en periódicos, libros y revistas, enciclopedias, semanarios específicamente. Sin embargo podemos citar que también se contemplan, la ilustración en folletos, dípticos, trípticos y polípticos.

Libros.

Son impresos que permiten dar a conocer los sucesos históricos, vivenciales, informativos y de conocimiento en general en los cuales comúnmente se recurre a las ilustraciones para ejemplificar los contenidos de los mismos.

Enciclopedia.

Por lo regular las enciclopedias basan su información en la ejemplificación de cada tema, esto quiere decir, que es necesario ilustrarlas abarcando todos los géneros de la ilustración. Puedo decir que es el medio impreso en donde se conjugan todos los elementos gráficos.

Periódicos.

Son impresos que se publican periódicamente (de donde se deriva su nombre), y su finalidad es informar de forma rápida y concisa de los sucesos o noticias más importantes del momento. Puede contener información nacional, internacional y/o de una comunidad específica en artículos sobre actividades sociales, deportivas y políticas y culturales.

Revistas.

Dentro de ellas, la ilustración se desempeña según sea la orientación; la cual puede ser; política, cultural, popular, etc. Existiendo dentro de estas un lenguaje visual que se da como información junto con el texto. En la revista existe una periodicidad (semanal, quincenal o mensual), en la cual se encuentran reportajes en conjunto con imágenes. Dentro de esto existe la ventaja de que siempre va información nueva, creando en el consumidor una ansiedad por adquirir el nuevo número.

Folletos.

Son publicaciones con información muy breve sobre un tema específico y su finalidad es informar en forma exacta, ciertos datos de un producto o servicio.





2.4.6 ILUSTRACIÓN DE MODAS.

La ilustración en éste genero ha sido muy impotante ya que ha permitido ir describiendo la indumentaria que desde siglos ha utilizado el hombre. Sirve para visualizar las prendas que se confeccionarán y sesiones fotográficas.

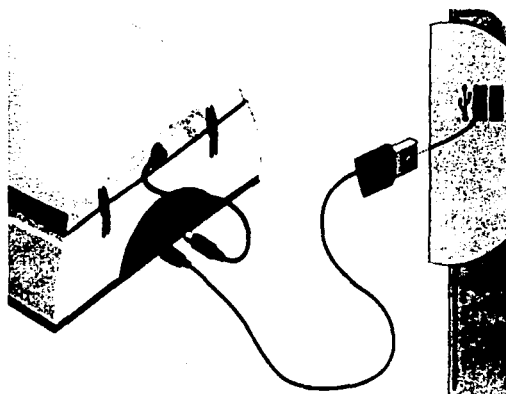
2.4.7 ILUSTRACIÓN DIGITAL.

La Ilustración Digital es un proceso de varias fases, que incluyen diversos tipos de software y de equipos. Por lo general, el texto y las ilustraciones se crean con software del tipo de procesadores de texto y programas de dibujo y pintura, así como con equipos y digitalizadores de imágenes fotográficas.



2.4.8 ILUSTRACIÓN TÉCNICA.

La ilustración técnica, se desarrollo con la llegada de la industria y la producción en masa, y a partir de la necesidad de la gente de saber más acerca de su ambiente y de cómo funcionan las cosas. Actualmente constituye una gran área de la ilustración, que se desarrolla con varias disciplinas especializadas.



2.4.9 ILUSTRACIÓN ARQUEOLÓGICA.

Es la ilustración hecha a partir de hallazgos arqueológicos y datos históricos que permiten recrear los hechos y las cosas como debieron haber sido en el pasado.

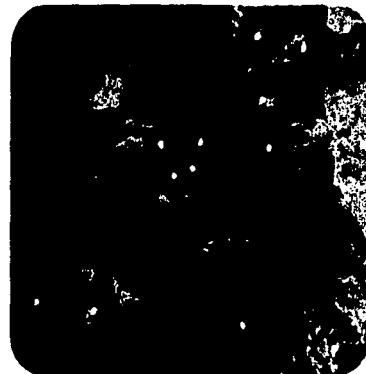


2.4.10 BOTÁNICA.

En ésta área el ilustrador apoya a éste género para dar a conocer los detalles mas finos de las plantas o sus propias características y como ejemplo se muestran las siguientes imágenes.

2.4.11 ILUSTRACIÓN GEOLÓGICA Y GEOGRÁFICA.

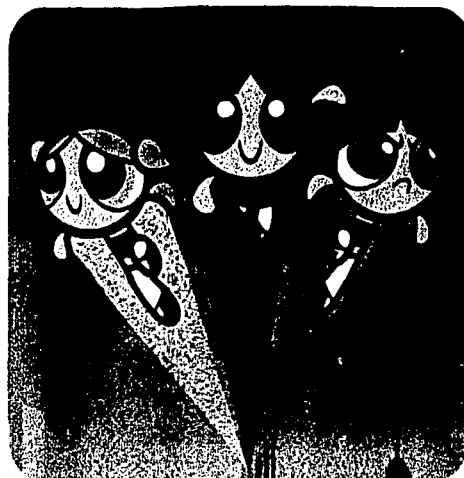
La ilustración apoya para mostrar, entre otras cosas los mapas del relieve, que son modelos tridimensionales del terreno de un área. Se usan mucho en ingeniería o con fines militares. Sus colores y escala indican características geográficas en vez de simples fronteras políticas; en la forma y estructura de la superficie terrestre; en la meteorología, que se ocupa de las condiciones climáticas; en la biogeografía que estudia la distribución de la vida animal y vegetal; en la distribución de los mares, lagos, ríos y arroyos en relación con su utilización; y en muchas áreas más.



2.4.12 ANIMACIÓN

En la animación tradicional de fotograma a fotograma, la ilusión de movimiento se crea filmando una secuencia de celuloides pintados a mano y, a continuación, proyectando las imágenes a mayor velocidad, por lo general de 14 a 30 fotogramas por segundo. En animación informática, las ilustraciones se crean mediante programas informáticos, fotograma a fotograma y, a continuación, se modifican y se reproducen.

Otra técnica infográfica es la animación en tiempo real, en la que los fotogramas son creados por la computadora y se proyectan inmediatamente en la pantalla de la computadora. Esta técnica elimina la fase intermedia de digitalización de las imágenes. No obstante, en la actualidad la animación en tiempo real no es capaz de producir resultados de alta calidad o con gran riqueza de detalles. Es más adecuada para la creación de animaciones simples y de juegos de computadora. Aunque existen ya programas digitales basados en algoritmos analógicos para animar personajes en grandes grupos o también grabando los movimientos de una persona real y, mediante de sensores y cámaras, reproduciendo en el modelo tridimensional. Ahora se trabaja en un nuevo "lenguaje de Modelo Cognositivo", el cual permitirá a los animadores dar instrucciones simples a sus modelos, y estos las seguirán según su propio criterio artificial(35).



2.4.13 ILUSTRACIÓN DE CÓMIC.

Cómic o Tebeo, narración contada por medio de una serie de dibujos o ilustraciones dispuestos en líneas horizontales y que se leen de izquierda a derecha.



2.4.14 ILUSTRACIÓN ARQUITECTÓNICA.

La ilustración Arquitectónica sirve como apoyo visual muy importante para mostrar las construcciones que realiza o creará un Arquitecto hacia sus clientes o muestras.

2.4.15 ILUSTRACIÓN FANTÁSTICA.

La ilustración fantástica es imaginativa. Abarca desde los paisajes místicos habitados por seres novelescos, seres extraños y animales hasta las tecnologías del mundo lejano. Puede ser científicamente plausible o completamente imaginario. Sin embargo, siempre contiene imágenes destinadas a sorprendernos por su novedad o rareza.



2.5

HERRAMIENTAS

Para el ilustrador es importante conocer una amplia gama de herramientas, ya que esto le permitirá un amplio manejo de instrumentos y materiales para el desarrollo óptimo de cualquier trabajo al que se enfrente en el campo de acción. Debe de tomarse en cuenta que existen herramientas de costos muy elevados, pero a la vez debe entenderse que, por lo general, la compra de éstas es única ya que servirán por largo tiempo. La palabra herramienta viene del latín *feramenta*, que quiere decir "instrumento de hierro"(36). La palabra herramienta tiene una relación con su palabra de origen, instrumento del latín *instrumentum*, que guarda un vínculo estrecho con la palabra instruir del latín *instruere* que quiere decir "con lo que se construye"(37). El instrumento está relacionado con algo útil, es la herramienta que sirve para producir cierto trabajo, lo que se emplea para alcanzar un resultado, lo que en ilustración sería alcanzar el objetivo de la representación visual del mensaje establecido.

Es así como entendemos por herramientas a los instrumentos con los cuáles aplicamos los materiales en cada una de las diversas técnicas. Son los dispositivos que auxilian al ilustrador en la manipulación de los materiales para la obtención de resultados de representación con características específicas.

Además de las herramientas existentes en el mercado y de las diseñadas especialmente para los creativos de la producción visual, están las ingenizadas por ellos mismos; las cuales van surgiendo según las necesidades particulares en su forma de trabajo. Así, el creativo echa mano de palillos, cordeles, latas, tablas, coladeras y todo aquello que pueda auxiliario en su quehacer.

Podemos encontrar un mundo variado de clasificaciones de herramientas que provienen desde elementos de punta, corte, precisión, adheribles, etc., pero para este proyecto de ilustración de personajes para la web, nos ocuparemos de las herramientas digitales.



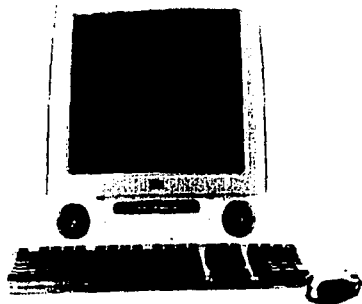


Desde un punto de vista práctico el diseño gráfico ha evolucionado respecto a su modo tradicional de trabajo, al verse inmerso en un entorno informático; "la informática surge por la automatización del proceso de los datos."⁽³⁸⁾ Actualmente el diseñador gráfico puede crear, producir y reproducir la obra en la misma mesa de trabajo, es decir, hay un mayor control en todo el proceso.

Un sistema informático⁽³⁹⁾ es el conformado por elementos lógicos y físicos que operan de manera equilibrada y que interactúan con el diseñador con el fin de automatizar la información. Está compuesto por: **1. Estación de trabajo o computadora personal, 2. Unidades de entrada y de salida, 3. Unidades de archivo, 4. Comunicación entre los dispositivos y 5. Programas.**

Computadoras:

Son las máquinas o sistemas electrónicos "para el tratamiento de información, que funciona bajo mando de programas previamente re-gistrados y permite efectuar conjuntos complejos de operaciones aritméticas y lógicas."⁽⁴⁰⁾ Consta de un procesador central a la que se adaptan el resto de componentes.



Conocemos como plataformas, a los sistemas más comunes para desarrollar todo tipo de trabajo referente a nuestro ámbito. Los más conocidos son: **Macintosh** y PC. Otra plataforma es la Silicon Graphics, orientada primordialmente a la animación digital o la Unix para otro tipo de programación como el alojamiento de sitios web.

Podemos generar ilustraciones directamente en el ordenador o digitalizar dibujos, texturas e imágenes que podremos editar. Marcas: **Apple, IBM, Compac, Acer, DELL, Hewlett Packard, Texa, etc.**

Periféricos de digitalización (unidades de entrada)

Para introducir la información analógica a nuestro ordenador es necesario convertirla a datos numéricos, es decir, debemos digitalizarlos a través de:

Scanners.- Para digitalizar cuerpos opacos tales como impresos u objetos tridimensionales, y transparencias. Los hay de cama plana y de tambor. Marcas: Hewlett Packard, Agfa, Microtek, etc.

Cámaras digitales.- Dispositivos que almacenan las fotografías de manera digital; hay calidad de resolución desde uno hasta 16 megapíxeles (estándar que mide la calidad de las fotos digitales en millones de píxeles) y con características profesionales. Sólo basta conectar la cámara al ordenador e instalar un software que nos permita bajar las imágenes para manipularlas y editarlas. Marcas: Canon, Olympus, Sony, Samsung, Agfa, Epson y HP.

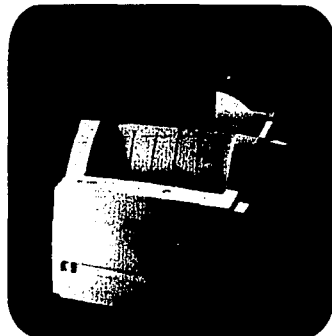
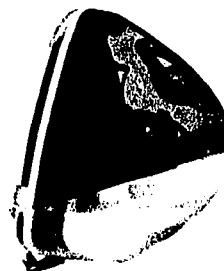
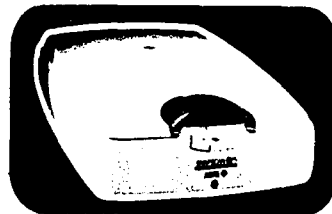
Tabletas digitalizadoras.- Operan de manera externa a la computadora. Consisten en una superficie magnética, a través de la cual podemos trazar, dibujar o calcar, por medio de una pluma especial. Marcas: SummaSketch II y SummaSketch III de Calcomp, Genius entre otras.

Periféricos de salida (unidades de salida)

Son los dispositivos a través de los cuales, la computadora traduce o materializa la información para nuestra comprensión.

Monitores.- Dispositivos que transmiten los datos visuales. Marcas: Apple Studio Display, View Sonic, entre otros.

Impresoras de escritorio.- Herramienta mediante la cual podemos tener nuestras ilustraciones impresas en papeles, cartones especiales o acetatos. Hay diversos tipos de impresión: láser, inyección de tinta, sublimación y transferencia térmica de cera. Marcas: HP, Xerox, Epson, etc.

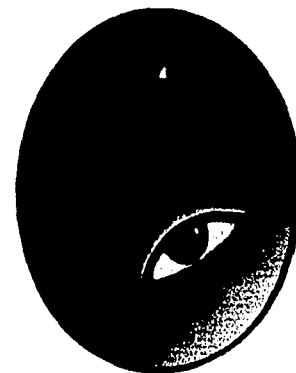


Programas o Software.

Es la parte lógica e intangible del sistema informático. "Cada programa es una secuencia de instrucciones codificadas que indican los procesos y operaciones necesarios que el ordenador ha de seguir para ejecutar una serie de funciones determinadas. Se clasifican en dos grupos principales, según la función que cumplan : sistemas operativos y programas de aplicación" (40).

El sistema operativo es el responsable de la eficacia de un ordenador porque de él depende la administración de todos los recursos que intervienen en el sistema de información (componentes físicos, programas y datos); también es el intermediario de la comunicación entre la máquina y el usuario. Los sistemas operativos más comunes son: **Macintosh** (Apple Inc.) y **Windows** (Microsoft Corp.)

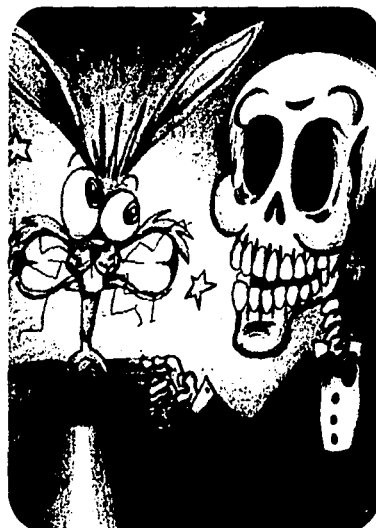
Los programas de aplicación, en este caso para el diseño, son los creados para apoyar en las labores de los creativos. Entre los programas de aplicación para ilustración más populares podemos encontrar: **Corel Draw** y **Corel Photopaint**, **Free Hand** de Macromedia, **Photoshop** e **Illustrator** de Adobe. Las herramientas de trabajo de este software tienen características similares con respecto a las herramientas de trabajo de ilustración digital como plumillas, lápiz, pincel, goma, etc. además cuenta con diferentes estilos de trazo y efectos de distorsión, reflejo, rotar, entre otros.



2.6

TÉCNICAS Y MATERIALES

A continuación se describen las técnicas (forma en que usa el ilustrador los materiales ó medios para crear una obra; donde a lo largo de su trabajo puede crear sus propias formas de trabajar la técnica consiguiendo así un estilo propio) y materiales (Ingrediente, cualquiera de las materias necesarias para alguna obra o conjunto de ellas);(41) empleadas en mi trtabajo gráfico profesional; en la que empleo "técnicas mixta" es decir, combino varias técnicas como la acuarela con lápices de color, aguadas, acrílico, entre otras.



2.6.1 ACUARELA.

La acuarela es uno de los medios pictóricos más bellos y expresivos. La acuarela se realiza disolviendo pigmentos en agua. Su característica principal es la transparencia, así los pigmentos se aplican en diferentes grados de disolución, conocidos como aguadas y la superficie del papel puede ser visible a través de sus finos colores, creando un efecto de veladura.

Las acuarelas son pigmentos molidos y goma arábica, que se disuelve fácilmente en agua. Las acuarelas se adhieren firmemente al papel y la goma actúa como un barniz suave dando brillo al color.

Se cree que la acuarela se inventó en Inglaterra en el siglo XVIII, pero en realidad fue desarrollada mucho antes, los iluminadores medievales eran muy hábiles en acuarela, los primeros de ellos utilizaban acuarela pura, mientras que los posteriores añadieron color opaco.



Técnica: La acuarela proporciona el efecto de transparencia de color. Se utiliza la blancura del papel para aclarar tonos y dar realce. Los lavados de color se superponen para conseguir los tonos adecuados pero, lo mejor es obtener los tonos sin necesidad de pintar demasiadas veces para así lograr una pintura más fresca.

Es importante tener presente que hay que trabajar de claro a oscuro y aprovechar el blanco del papel para crear los efectos de luz. La proporción de agua es lo que determina la claridad u oscuridad de un color. Las capas diluidas se superponen con el fin de construir las áreas oscuras del color. Pintar con acuarela requiere proceder con rapidez y precisión, por lo que es importante diseñar la composición antes de aplicar el pigmento.

Materiales: Las acuarelas están constituidas por pigmentos de origen vegetal, mineral o animal, aglutinados con agua, goma arábiga, además de glicerina, miel y un agente conservador. La glicerina y la miel evitan el cuarteamiento de capas gruesas. Estas acuarelas se pueden encontrar en varias presentaciones: en pastillas, en tubo, líquidas y en lápices; de todas las presentaciones existen multitud de colores.

Entre las mejores marcas encontramos:
Winsor & Newton, Dr. Martin's, Derwent, Acuarell, Ridin, ente otras.



Cuando se pinta en acuarela la calidad del papel es muy importante. Existen papeles hechos con pulpa de madera y fabricado con molde o máquina de una calidad escolar o media, y papeles de gran calidad que contienen cien por ciento trapo y el proceso de fabricación es hecho a mano con un cuidado especial; este papel es un poco costoso por lo que algunas marcas fabrican papeles de calidad intermedia que son igualmente aceptables. Los buenos papeles se distinguen por el nombre o logotipo del fabricante, que aparece en algún extremo, ya sea grabado en seco, en relieve o en marca de agua. Dentro de las calidades de papel para acuarela existen tres diferentes texturas o acabados:

- Papel de grano fino.
- Papel de grano medio o semi rugoso.
- Papel de grano grueso o rugoso.

Las medidas del papel se rigen por distintos patrones, según el país fabricante

Marcas de fabricantes de papeles de calidad para pintar a la acuarela

Guarro	España
Canson & Montgolfier . .	Francia
Arches	Francia
Fabriano	Italia
Schoeller Parole	Alemania
Winsor & Newton	Inglaterra
Whatman	Inglaterra
Grumbacher	América
RWS	América

Estos papeles se fabrican con distintos pesos; los más comunes son de 40, 63 y 90 Kg.

Aplicaciones: Las acuarelas, gracias a su versatilidad, sirven para realizar todo tipo de obras, desde dibujos abstractos hasta dibujos técnicos de gran detalle. Las obras elaboradas en acuarela tienen un aspecto brillante y delicado.

2.6.2 ACRÍLICOS.

Los acrílicos son pinturas que se diluyen en agua, y se secan con la misma rapidez que el agua, y una vez seca es impermeable. Los acrílicos sirven para imitar efectos conseguidos con óleos o acuarelas ya que permiten pintar por encima sin alterar los colores que hay debajo. Se emplean tanto en las técnicas opacas, que van de lo oscuro a lo claro, como en las transparentes, del claro al oscuro.

La pintura acrílica como medio artístico se produjo en los años veinte, cuando un grupo de pintores hispanoamericanos (Orozco, Rivera, Siqueiros), querían pintar grandes murales para edificios públicos, o muros exteriores al aire libre. Para esto necesitaban una pintura que seicara rápidamente y resistente a los cambios de clima. Después de hacer pruebas con óleo, temple y fresco, por lo que emplearon resinas plásticas aglutinadas con polímeros.



Técnica: Las pinturas acrílicas son muy versátiles, lo que las convierte en un medio ideal para el ilustrador, pueden pulverizarse, rasparse, modelarse, darles textura e incluso aplicarse junto con otros medios. Se pueden utilizar con gran efecto tanto en su forma transparente como en la opaca. Se aplica a finas aguadas o en veladuras transparentes como en las acuarelas; también se pueden aplicar a modo de empaste como si fueran óleos.

Los acrílicos son más fáciles de usar y son más prácticos porque se secan con mayor rapidez, lo que permite superponer los colores sin tener que esperar tanto. Así mismo son más resistentes y flexibles y se adhieren a casi todas las superficies.

Materiales: Las pinturas acrílicas se venden en tubos o en recipientes de plástico. Estos últimos resultan más convenientes cuando se necesitan grandes cantidades. Existen dos clases: acetato de polivinilo y polímeros acrílicos. En el mercado encontramos algunas marcas como:



Politec: se encuentran en envases de plástico o tubos.

Grumbacher: Disponibles en tubos de 60 ml.; en gama de 38 colores

Liquitex: Tubos y recipientes de varios tamaños, los colores de tubo son ligeramente brillante, y los de frasco dan un acabado mate.

Winsor & Newton: Se encuentran en tubos de 60 o 250 ml. Ofrece una gama de 34 colores.

Soportes: Los acrílicos pueden utilizarse sobre casi todas las superficies: papel, cartón, lienzos, plásticos, madera, metal (como cobre y zinc). La pintura acrílica se puede aplicar sobre cualquier superficie que no sea brillante ni aceitosa.

Aplicaciones: Los acrílicos son cada vez más utilizados como medio para la ilustración porque pueden aplicarse en multitud de técnicas y son fáciles de usar, lo que facilita la adquisición de una técnica personal por parte del ilustrador. Las pinturas acrílicas también se reproducen bien gracias a la solidez y la claridad de los colores. Existen trabajos realizados con acrílicos en todas las áreas de la ilustración, desde libros hasta anuncios pasando por los dibujos animados. Particularmente trabajo ésta técnica como acuarela.

2.6.3 AGUADA

Técnica que consiste en combinar dos técnicas tradicionales, pluma y tinta y acuarela. Este método consiste en aplicar aguadas planas de color a dibujos realizados en tinta. La técnica de la aguada es una acuarela transparente monocroma a la que también son aplicados los nombres de lavado y aguainta; se resuelve con un solo color, negro de tinta china o acuarela diluidos con agua; también con tempera degradada con agua o mezclada con blanco. En estas técnicas se usan papeles o cartulinas de grano fino, con superficie sin satinar ni pensar, y pinceles de marta.

Existen tres maneras de trabajar con esta técnica. La más tradicional consiste en empezar dibujando la ilustración con tinta. Cuando la tinta se seca del todo, se aplican las aguadas, que dan mejor resultado sin son suaves. Se pueden dar más intensidad al color si se aplican capas sucesivas o si se trabaja húmedo sobre húmedo. Otra manera consiste en aplicar primero las aguadas y después, cuidando éstas se han secado, el dibujo a tinta encima. El tercer método es aplicar alternativamente ambos elementos, es decir, en añadir más tinta o color cuando se cree necesario.

Una técnica que ayuda a lograr desde dibujos muy sencillos hasta dibujos muy precisos; el caso de esta técnica es lograr la perfecta sincronía entre la tinta lineal y el acuareleado de colores.

Técnica muy utilizada para libros infantiles. Para trabajarlo se recomienda un papel fuerte que no se arrugue al aplicársele las aguadas de color y liso sobre el que se pueda dibujar a pluma. El papel fino de acuarela cumple con estos requisitos, aunque conviene ir experimentado con diferentes tipos hasta encontrar el que mejor se adapte al propio estilo.



2.6.4 LÁPICES DE COLORES:



Los lápices de colores se crearon en el año de 1930. Es el medio con el que podemos aplicar color. Están hechos con una mezcla de sustancias: colorantes, aparejo, lubricante y aglutinante. Se mezcla la arcilla y pigmentos orgánicos o químicos para obtener las minas, que después se secan lentamente en un horno y se remojan en cera para obtener una consistencia más blanda.

Existen tres tipos de lápices de colores:

- Minas gruesas, relativamente blandas, resisten la luz y el agua y se fabrican en una amplia gama de colores.
- Minas delgadas, que no se desmenuzan. Estos lápices resultan útiles para dibujos muy detallados, también resiste el agua, pero en general la gama de colores es más tímida. No se tiznan ni se borran con facilidad.
- Minas solubles en agua. Se pueden usar con agua para producir lavados de color. Son como un cruce entre lápiz y acuarela, y existen varias marcas, con minas gruesas o finas y gamas de 30 a 36 colores (42).

Una de sus principales características de los lápices de colores, es la versatilidad para utilizarlo para cualquier motivo, además de que son muy fácil de utilizar y no manchan y son compatibles para combinar con cualquier otra técnica.

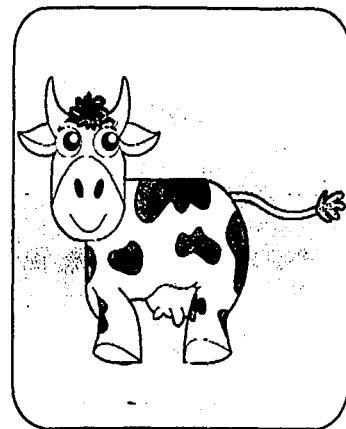
Hay gran variedad de lápices de colores en el mercado los más comunes son: Derwent, Prismacolor, Carbothello de Stabilo, Bruynzeel, Polito, Lápices de colores Derwent, Faber castell, Rexel



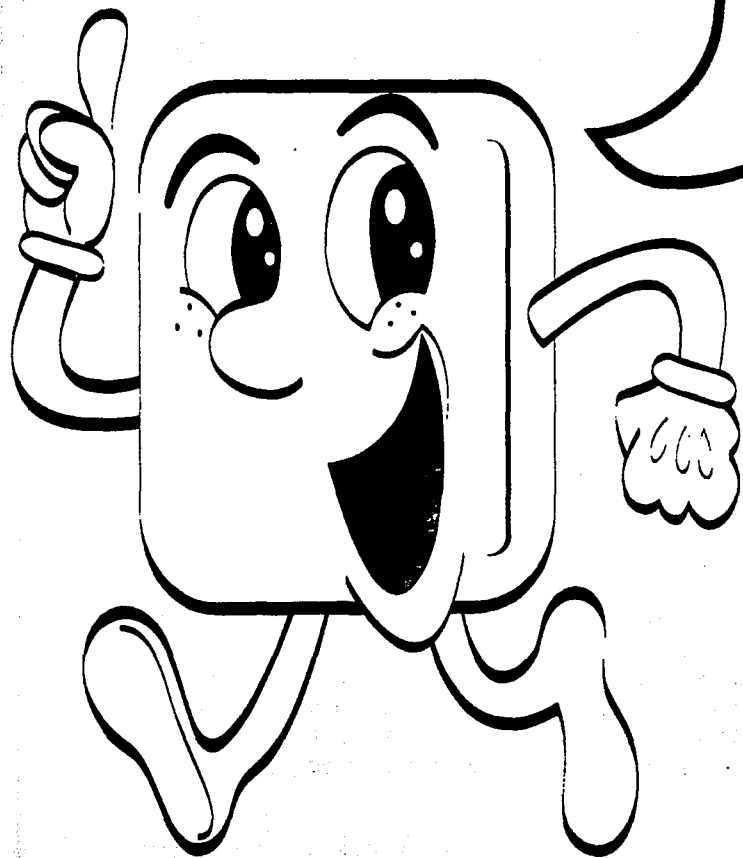
2.4.5 DIGITAL.

Hay artistas que deciden dibujar con la computadora u ordenador después de haber trabajado con varios medios tradicionales de distintas maneras y comprueban que la ilustración por ordenador no es tan diferente. Las herramientas contenidas en los paquetes informáticos mejoran y evolucionan día con día a medida que el software también evoluciona porque surgen nuevas aplicaciones y las antiguas van quedando obsoletas. Por ejemplo trabajar con capas facilita la modificación en el diseño sin alterar otras capas ó el resto de la imagen. Se pueden usar filtros que sirven para crear una variedad de fantásticos efectos con el mínimo esfuerzo, como por ejemplo ondas, relieves y difuminados.

Las tres herramientas imprescindibles para crear ilustraciones con ordenador son: el ordenador, los paquetes de software y la unidad de entrada para tener las imágenes que formarán parte de la ilustración en el disco duro (escanner, floppy, zip, jazz, cd). Una imagen generada por ordenador suele crearse a partir del conjunto de imágenes con la que se trabajará, pero la elección depende del motivo que se tenga en mente.

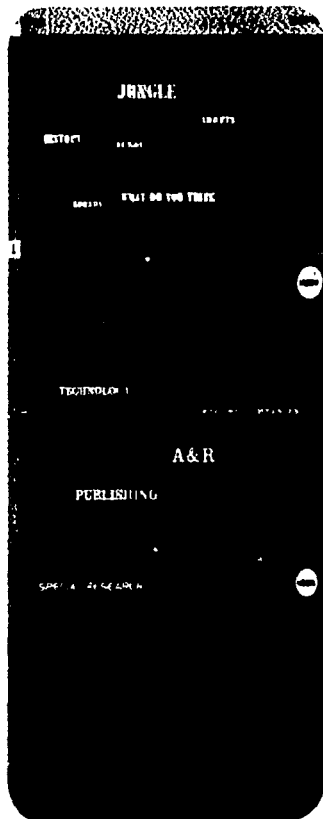


*de la tecl@
a la teclit@*



3.1

DE LA TECL@ A LA TECLIT@



A continuación abordaremos las características del espacio en internet que requiere del diseño de los personajes publicitarios para su nuevo proyecto web; un análisis de sitios similares y características que atraen a los nuestros usuarios como percepción y representación.

Los medios de comunicación interactiva dieron un gran paso con el desarrollo del *World Wide Web*, un enlace interactivo de las computadoras a través del *Internet*, el cual es una vasta red de computadoras dentro de una red de computadoras. Las redes de computadoras se originan a finales de los años 1960, cuando científicos del Department of Defense Advanced Research Projects Agency de Estados Unidos (ARPA) establecieron la red de computadoras ARPAnet, de manera que ellos pudieran transferir información entre sitios trabajando en proyectos de investigación similar. Los sitios de las supercomputadoras alrededor de Estados Unidos se conectaron por el National Science Foundation (NSF) en el NSFNET en 1986; este reemplazo por completo al ARPAnet en un lapso de dos años. En 1991 el entonces senador de Estados Unidos Al Gore patrocinó la legislación para ampliar el acceso al Internet de las escuelas públicas, de los colegios de preparación universitaria y de las organizaciones de negocios. Esto aceleró una dramática expansión del Internet. A principios de 1997 más de 30 millones de usuarios en más de 100 países estaban ligados en una Comunidad global electrónica; se estima que ahora, a principios del nuevo milenio, más de un tercio de los hogares estadounidenses están en línea.

El *World Wide Web*, un medio gráfico que consiste de animación, imágenes gráficas, sonido, texto y video fue iniciado por científicos del European Center for Nuclear Research en Ginebra, Suiza, de manera que pudieran compartir información. En 1990 el físico Tim Berners-Lee escribió las especificaciones de un sistema global de hypermedia usando HTTP (Hypertext Transfer Protocol), HTML (Hypertext Markup Language) y URL (Universal Remote Locator). Se navega en el *World Wide Web* por medio de hyperlinks, que son palabras resaltadas o subrayadas, frases, iconos o imágenes que son codificadas para enlazarse con otra parte del documento, con otro documento e incluso con un documento de un sitio diferente en la web. En la década de 1990 la tan usada frase **supercarretera de la información** se volvió popular para expresar el acceso global a la información por medio del Internet y el *World Wide Web*. De esta manera se puede acceder a enormes cantidades de información.

En 1997 un estimado de 150 millones de páginas en la red estaban en línea, con un millón pronosticado para el año 2000. Se ha creado un total de 818 000 direcciones en la red de Estados Unidos a razón de más de una por minuto. El Internet representa un avance sin precedente en las comunicaciones humanas. El crecimiento explosivo que ha experimentado a finales de los años 1990 abrió nuevos horizontes para el diseño gráfico por profesionales e individuos que usan sus computadoras caseras y el acceso al Internet para producir un sitio en la *web*. Una descentralización que antes parecía inconcebible de los medios de comunicación esta ocurriendo(1).

2

WORDS IN YOUR FACE

La Tecl@ es una página virtual dedicada al arte de la literatura que nació el 13 de mayo de 2000, con la idea de ser un espacio donde el "nuevo escritor" encuentre difusión de sus textos. Se propone como un lugar en el que se puedan encontrar las herramientas necesarias para comenzar con mejores bases y pasos firmes en la literatura.

Al poco tiempo de su nacimiento **La Tecl@** ha tenido una inmejorable respuesta de la gente, gracias a que es un proyecto honesto y que de alguna forma ha provocado cambios positivos en los visitantes. Toda esta gente ha encontrado un espacio abierto que valora su trabajo, lo juzga y remite recomendaciones para mejorar su desempeño; además que los lectores pueden emitir opiniones y calificar lo publicado para así ayudar a los escritores a verificar qué respuesta tienen sus creaciones.

Este sitio ha recibido material de nuestro país así como del extranjero, mencionando como ejemplos a países como: España, Cuba, Argentina, Colombia, Venezuela, de hecho casi toda Iberoamérica y otros como Israel, Ucrania, Canadá, Inglaterra, etc. Esto nos prueba que el castellano está rompiendo muchas fronteras.

La Tecl@ es ante todo una página de contenido que pretende llevar a la vista de nuestros lectores lo mejor propuestas literarias, convocatorias de talleres, pluralidad de opiniones, crítica constructiva y todas las herramientas que necesitan para entrar al mundo de las letras. Es una página virtual que desmitifica el hecho de que Internet solo sirva para enajenar; convirtiéndose en un escaparate para los nuevos talentos.



3.1.1 ESTATUTOS.

Primero. - La Tecla.com.mx es una página en Internet creada con el propósito de provocar cambios positivos en la vida de las personas con inquietudes literarias.

Segundo. - Este sitio o página, es un espacio horizontal en el cual los autores podrán dar a conocer sus obras, teniendo al mismo tiempo la oportunidad de fomentar sus conocimientos literarios y culturales, ya que tendrán acceso al material de escritores reconocidos, clásicos y contemporáneos y vanguardistas.

Tercero. - Obedeciendo a sus propósitos, La Tecl@ dará prioridad a la publicación de textos inéditos de autores correspondientes a los géneros de poesía, cuento, narrativa, ensayo, crónica y periodismo en sus diferentes modalidades, así como al género de la caricatura, también en sus diferentes modalidades, previa selección y de acuerdo a las siguientes condiciones:

- 1.- Tema libre con contenido y valor literario.
- 2.- textos que no presenten errores ortográficos o gramaticales.

Cuarto. - La Tecl@ se reserva el derecho a publicar cualquier texto que no este dentro de las políticas de publicación.

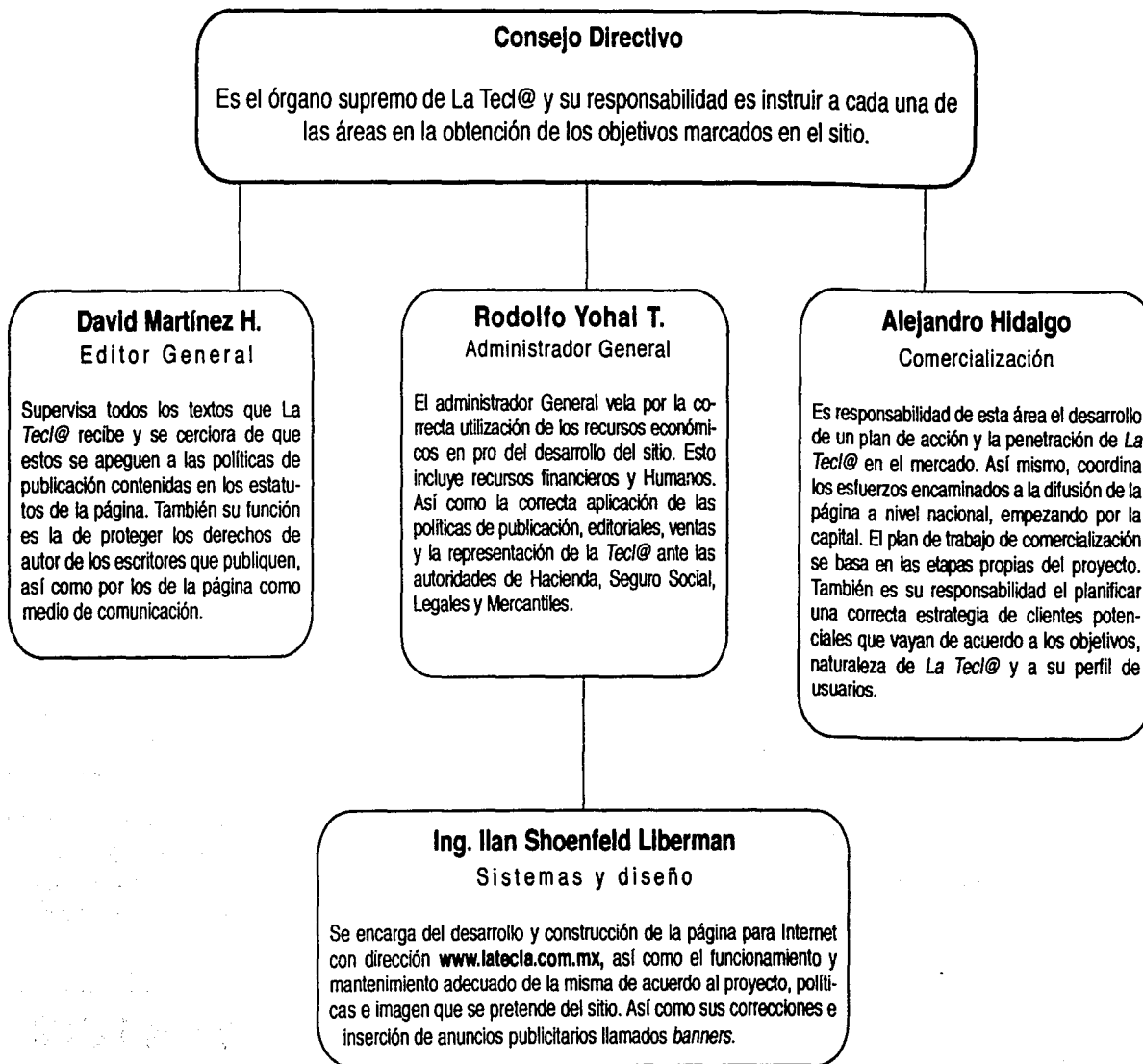
Cinco. - Para la Tecl@ es importante la participación de instituciones culturales Gubernamentales, Académicas o Privadas.

Seis. - Para la Tecl@ es también importante brindar apoyo en su sitio a Instituciones o proyectos que sean dirigidos en beneficio de la población mundial.

Seis. - Complementariamente, la Tecl@ ofrecerá la venta de banners o espacios publicitarios, para anunciantes compatibles con el perfil socio-económico de sus visitantes.

3.1.2 ORGANIGRAMA.

Para un desarrollo eficaz de **La Tecl@** se pretende explicar las funciones principales de los integrantes en el desarrollo de la página.



3.1.3 LA TECLIT@. COM

El consejo directivo de la tecla conciente de la importancia de la formación del hábito de lectura en los chiquitines y su relación práctica con otros hábitos de la cultura, pretende crear una nueva página *web* dedicada a los niños: **La teclit@.com**. Cubriendo sus inquietudes y necesidades a través del vínculo de las nuevas tecnologías y medios tradicionales como el libro, despertando así, el gusto por la lectura, la ilustración y otros temas que contribuyan al desarrollo de su fantasía y creatividad.

El contenido de este ciber-proyecto hace hincapié en la difusión de cuentos infantiles clásicos y contemporáneos, así como en la creación literaria e ilustrativa de los usuarios. Otras secciones con las que contaría este sitio *web* serían: la teclita musical, juegos, talleres, recomendación de eventos culturales y de entretenimiento, ecología, ciencia, etc; un espacio donde el usuario se divierta aprendiendo a través de la información necesaria para desarrollar sus habilidades y gustos, de tal forma que participe dentro de su propia cultura. Inicialmente se implementará la sección de cuentos en la actual página de **La tecla.com**, en la cual se dedicará a la difusión y publicación de cuentos infantiles clásicos, de ficción y terror; ampliando así el espacio ya existente. La participación pretende ser no sólo para escritores de cuentos sino también para ilustradores infantiles que deseen ser parte de este proyecto y cuya calidad y propuesta gráfica aporte a las necesidades de nuestros usuarios.

Los usuarios potenciales de la teclita son niños y niñas entre seis y diez años de edad, de habla hispana, cuyo estilo de vida pudiera ser contemporáneo, pertenecen a un nivel económico que les permite poseer una computadora ó rentarla y que les facilite navegar a través del internet; son pequeños usuarios interesados en participar en actividades divertidas e inteligentes que ayuden a la sensibilidad y desarrollo de su percepción, fantasía y creatividad; pudiendo así, ser capaces de expresar sus sentimientos, emociones y deseos contribuyendo a la cultura a la que pertenecen de forma productiva. Convirtiéndose así, en un futuro adulto sensible, con interés por la cultura, de mente abierta, interesándose por las riquezas del mundo que lo rodea, una persona a la que le guste pensar, conocer y comparar.



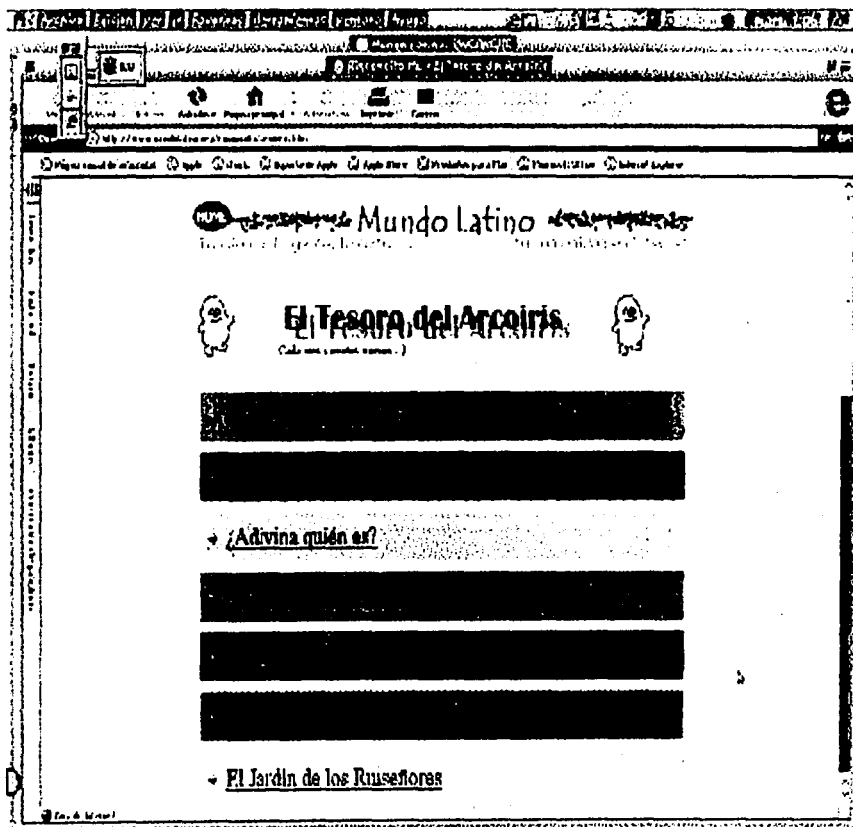
3.2

ANÁLISIS DE SIMILARES

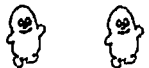


Para poder competir contra un mundo de páginas de entretenimiento para niños, y que estos participen dentro de ésta opción literaria, se requiere diseñar una imagen que funcione como punto de referencia reconocible y original, para que la comunicación entre este espacio con los pequeños usuarios se simplifique y así el mensaje sea directo y atractivo. Por ello, se considera que por medio de la creación de unos personajes publicitarios realizados digitalmente se logre este objetivo. Para iniciar con la ilustración digital de estas mascotas, se consultaron páginas que tuvieran como tema principal cuentos infantiles y que contaran con personajes publicitarios para realizar una evaluación en cuanto a diseño; a continuación se presentan los personajes y sitios consultados:



Personaje animado de la página *el Tesoro del arcoiris*.



3.2.1 CUADRO DE EVALUACIÓN

NOMBRE & DIRECCIÓN	TIPO	CARACTERÍSTICAS	CARÁCTER	COMPRESIBILIDAD
<p>El tesoro del arcoiris http://www.mundolatino.org/rinconcito</p> <p>Personaje sin nombre</p> 	<p>Cuentos infantiles</p> <p>Español</p>	<p>Muequito animado que aparece sólo al inicio de la página web acompañando al título.</p>	<p>Sin personalidad, no logra representar el mensaje de la página pues tiene actitud fría hacia el usuario.</p>	<p>No se comprende que cosa es, pues puede ser desde un marciano, un duende o un monstruo.</p>
<p>Cuentos de Ika http://www.ika.com/cuentos/menuhtml</p> <p>Personaje llamado Blá blá.</p> 	<p>Cuentos infantiles</p> <p>Español</p>	<p>Personaje ilustrado de un teléfono que no cuenta los cuentos de la página.</p>	<p>Aunque tiene un espacio donde se cuenta su historia de este personaje que es el "cuentista", no ejerce tal función y está rodeado de otros personajes que aparecen también como adornos.</p>	<p>No se logra entender bien lo que es. Se necesita leer su historia para saber que es un teléfono.</p>
<p>Wicked 4 kids http://www.wicked4kids.com</p> <p>Varios monstruos sin nombres.</p> 	<p>Rompecabezas, juegos, postales, etc.</p> <p>Inglés</p>	<p>Pandilla animada de varios monstruos de colores que acompañan al usuario en las diversas actividades y protagonistas de algunas de ellas.</p>	<p>Carácter fuerte y agradable por la expresión, color y forma de cada uno de ellos. Animación sutil pero suficiente.</p>	<p>Los elementos que componen a las imágenes representan el significado de la página adecuadamente y el mensaje es comprendido fácilmente por el usuario.</p>

MEMORIA GRÁFICA**ORIGINALIDAD****UNIDAD Y COLOR****VISIBILIDAD****IMPACTO**

A pesar de su falta de carácter mantiene una memoria gráfica regular por ser "el monito que da vueltas y vueltas" pero no recuerda el nombre del sitio y mucho menos el concepto del mismo.

Personaje promocional poco original, pues carece de planeación en su diseño y sólo anima el inicio del sitio.

La simplicidad en la construcción del personaje, le da la posibilidad de ser una imagen sintética y sobresaliente dentro del diseño en general; su color le ayuda a resaltar del fondo, pero no comunica la calidez necesaria.

La posición que ocupa es adecuada, ya que se distingue por enmarcar el nombre de la página.

Es de impacto medio, puesto que al principio resulta curioso, pero no se sabe lo que es y ni se enfatiza su presencia, solo es un adorno animado.

Mantiene una memoria visual media por ser un teléfono verde, protagonista de un cuento breve pero no como el anfitrión de la página.

La idea de un teléfono que te platica cuentos es original, pero esta no se aplica y su carácter visual es bajo.

No conserva unidad pues de las dos ilustraciones que hay, una no representa la forma de un teléfono y la otra es deprimente, enfatizado por el color verde, que lo hace aparecer enfermo.

No tiene buena visibilidad, ya que se encuentra dentro de las opciones de los cuentos y no como el protagonista o presentador de los mismos.

Impacto mínimo, por su color, su construcción y falta de funcionalidad

Estos personajes si mantienen una buena memoria gráfica por las características de diseño y por su aplicación dentro del sitio.

Son mascotas originales por aplicar monstruos diversos y chistosos que interactúan dentro de la página.

No conserva unidad pues de las dos ilustraciones que hay, una no representa la forma de un teléfono y la otra es deprimente, enfatizado por el color verde, que lo hace aparecer enfermo.

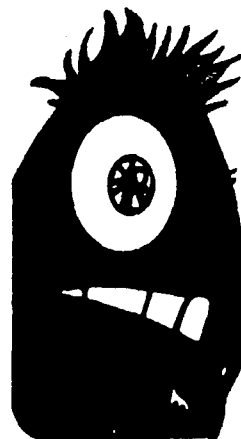
Su visibilidad es buena por acompañar tanto títulos y banners con un tamaño adecuado y su contraste de color con los fondos y tipografía.

Personajes de buen impacto para los usuarios por su originalidad en aplicación y diseño.

3.2.2 CONCLUSIONES

De las páginas web en español consultadas con el tema de cuentos infantiles, pocos son los que cuentan con algún personaje promocional o mascota que funcione como cuentacuentos. Los personajes ilustrados que se encontraron sólo son muñequitos animados o personajes estáticos sin carácter, con baja comprensibilidad o mala planeación reflejada en su color y unidad; lo cual ocasiona que estos sitios no tengan el impacto suficiente para captar el interés del usuario y obtener una memoria gráfica óptima para el reconocimiento de la página.

En cambio en sitios en idioma inglés con actividades de juegos, rompecabezas, postales, etc. como el consultado (Wicked 4 kids) son recordados fácilmente por las características de sus personajes; tanto la originalidad del concepto de personajes, así como su impacto por unidad de estos con el resto de los elementos de la página, por sus colores contrastantes y buena visibilidad hacen posible que estas mascotas sean divertidas y cálidas durante la estancia en este sitio virtual. Cumple con las necesidades básicas de sus usuarios al utilizar imágenes simples y una animación sutil que muestran el impacto y el carácter para que el usuario reconozca a estos personajes y por tanto al sitio que los contiene.



3.3

PERCEPCIÓN



Para poder desarrollar a los personajes de la sección de cuentos de *la teclita* es necesario conocer los aspectos de percepción, atención y representación, así como algunas características de comportamiento de los usuarios que veremos a continuación.

La primera experiencia de aprendizaje en un niño se realiza a través de la conciencia táctil. Además de este conocimiento "manual", el reconocimiento incluye el olfato, el oído y el gusto en un rico contacto con el entorno. Lo icónico (la capacidad de ver, reconocer y comprender visualmente fuerzas ambientales y emocionales)(3) supera rápidamente estos sentidos. Casi desde nuestra primera experiencia del mundo organizamos nuestras exigencias y nuestros placeres, nuestras preferencias y nuestros temores, dentro de una intensa dependencia respecto a lo que vemos, o a lo que queremos ver.

Los ojos desempeñan un papel particularmente importante dentro del sistema receptor ya que proporcionan al sistema central información precisa acerca de las condiciones que le rodean. El ojo humano ha sido comparado con una cámara fotográfica. En ambos la luz entra por una pequeña abertura. Los rayos luminosos se refractan al pasar por una lente y la imagen se forma sobre un material que es químicamente sensible a la luz (el negativo en la cámara fotográfica y la retina en el ojo). Como el ojo es muy superior a la cámara puede tomar un número ilimitado de imágenes que clasifica la mente y se almacenan en la memoria; el enfoque de los objetos se realiza de forma automática; la intensidad de la iluminación de la retina y la sensibilidad de esta se ajustan automáticamente; la profundidad focal aumenta al mismo tiempo en que se realiza. En el enfoque de los objetos próximos, el campo de visión es extremadamente amplio. (en la mayor parte de las cámaras fotográficas no excede de 90°, mientras que en el ojo es de 20°). Los objetos situados 14° por detrás del observador son, por lo tanto, visibles para él. La convergencia de los ojos para la observación de los objetos próximos se gobierna de manera automática. Si se observa a través del objetivo de la cámara se ve una sucesión de imágenes, mientras que con el ojo se ve lo que nos rodea como un todo; es decir, en el primer caso son fragmentos del todo y no el todo en sí mismo. Estas son algunas de las características que dan una idea de la superioridad del órgano de la vista ante una cámara fotográfica.

Pero todos nuestros sentidos son una especie de ventanas hacia el mundo que nos conforma; nos proporcionan información. Esto es gracias a la intervención de la **sensación** (proceso por el cual se recopila la información referente a lo que nos rodea) que se transforma en **percepción** (proceso de organización e interpretación de los datos sensoriales (sensación) que entran para desarrollar la conciencia del entorno y de uno mismo) que nos proporciona un mundo ordenado y dotado de sentido(4).

La **percepción** es un proceso cognoscitivo (de *cognición*: proceso de conocer, empleado por algunos psicólogos para designar cualquier actividad mental), una forma de percatarse del mundo. Depende tanto del mundo que nos rodea, como de quien percibe. Como observadores se tiene la capacidad de rescatar las propiedades válidas del mundo inmediato, a partir de la información sensorial. "Sin tener conciencia de ello, se analizan patrones cambiantes conforme nos desplazamos en el entorno y sobre modelos estáticos. Se "estudia" o "analiza" lo que le sucede a las formas, figuras, colores e iluminación en todo tipo de condiciones"(5). Estos estudios personales aumentan el conocimiento sobre las propiedades reales del mundo.

Conforme las personas se mueven, ven aquí o allá y registran información; cada mirada parece estar dirigida a una hipótesis con respecto al lugar donde se podría encontrar información importante, como si se respondiera a preguntas premeditadas. Como sujetos que perciben, tenemos una constante anticipación de lo que sucederá, basada en lo que se acaba de detectar. La información contenida en cada acto perceptual debe almacenarse en la memoria por algunos momentos, de lo contrario se perdería su aportación y sin tener conciencia de que sólo se acepta una pequeña porción de los detalles y claves disponibles. La percepción también varía según el punto de vista de quien percibe; las experiencias crean expectativas y motivos. De igual forma es necesario saber algo con respecto a los componentes fisiológicos que hacen posible la recopilación de la información (aparato sensorial) y su procesamiento realizado por los sistemas sensorial y nervioso.



"Generalmente, las personas y algunos animales se concentran sobre una mínima porción de impresiones sobre enormes cantidades de estímulos compitiendo para captar nuestra atención (apertura selectiva hacia una pequeña parte de fenómenos sensoriales incidentes) desarrollándose de forma similar a una cámara de cine: se enfoca un evento primero y después otro, donde los estímulos que se alojan en la periferia o límite de la atención constituyen un fondo"(6).

Los psicólogos no se han puesto de acuerdo sobre qué clase de capacidad es la atención. Algunos como Ulric Neisser(7) consideran que la atención es sólo un aspecto de la percepción, sólo se anticipan, exploran y registran los episodios a los que se presten atención, el acto de percibir requiere selectividad. Otros científicos cognocivistas como Broadbent D. E.(8) consideran que la atención es una capacidad bien definida, por lo general, se le contempla como un filtro que elimina cierta información.

Registrando los movimientos oculares de las personas al observar por ejemplo pinturas o fotografías es posible demostrar la selectividad de la atención. Los estudios de este tipo indican que nos concentramos sólo en algunos detalles; después, con base en estas señales, ponemos lo que falta, quizás con base en recuerdos. Al parecer, se hace algo parecido al leer; "por lo general sólo hay concentración en algunas palabras de una frase y se amplía lo que continuará de acuerdo con una larga experiencia en el idioma"(9).



Personas y animales generalmente prestan más atención al medio externo que al interno. Además, se centran más en la información más significativa. "Los contornos principales de los objetos en el campo visual aportan datos útiles y debido a esta tendencia a captar contornos, los registros de los movimientos oculares proporcionan representaciones esquemáticas de los objetos que percibimos; siendo estos datos informativos, generalmente, novedosos, inesperados, intensos o cambiantes"(10).

Cuando las personas interactúan tienden a mirarse a los ojos; durante las conversaciones, los actores del proceso de la comunicación (emisor y receptor) alternan su atención hacia la boca de quien habla. Los cambios en los ojos aportan información con respecto a lo que los demás sienten y piensan. Los movimientos labiales son señales importantes referente a lo que está diciendo; de esta manera, nuestros estilos de atención nos preparan para lo que sucederá.

Las necesidades, intereses y valores también son importantes influencias sobre la atención. Por ejemplo, el maestro que se encuentra "clavado" en una conferencia apenas notará el timbre que señala el fin de la clase; el alumno que anticipa el almuerzo y la compañía de sus amigos pone especial atención al toque. Igualmente lo que ignoramos también es instructivo; dejamos de prestar atención a experiencias familiares o repetitivas, como cuando un cuadro o un cartel que antes nos parecía cautivador deja de interesarnos; una mancha en la alfombra que antes resaltaba, se integra al tapete con el tiempo. "Nuestro estilo de atención tiene valor para la supervivencia; nos permite administrar nuestros recursos de manera ventajosa. Ponemos muy poca atención a sucesos rutinarios, aquellos que ocurren con regularidad. Ponemos un máximo de atención a los mensajes que no sería prudente ignorar. Si atendiéramos a todo al mismo tiempo, las señales críticas se perderían en la masa"(11).

Hasta ahora, hemos venido examinando la percepción y su desarrollo como un proceso inmediato, por el cual a la parte del mundo que esté a en torno a nosotros y que produce estímulos que inciden en nuestros receptores sensoriales. Pero la percepción es también el proceso mediante el cual captamos información directa sobre aspectos del mundo que no podemos experimentar directamente(12). Utilizamos nuestro sistema perceptivo para interpretar representaciones del mundos que no podemos ver jamás. Una **representación** es cualquier conjunto de estímulos efectuados por el hombre y que sirve como sustantivo de una visión o un sonido que puede tener lugar de un modo natural. Algunas representaciones pueden considerarse como sustantivas de estímulos naturales y producen exactamente la misma experiencia que habría proporcionado el mundo natural(13).

El hombre utiliza la representación para toda clase de propósitos y para este trabajo de investigación es pertinente preguntarnos a que edad los niños son capaces de ver que un objeto es la representación de otro objeto. Existe un importante estudio que afirma que la capacidad de para captar información en representaciones es innata y no requiere aprendizaje. Este estudio fue realizado por Julian Hochberg y Virginia Brooks (14) los cuales estudiaron a un niño normal y prohibieron que se le enseñasen imágenes (dibujos o pinturas, fotos) desde su nacimiento. Cuando el niño había desarrollado un vocabulario lo suficientemente amplio y podía nombrar muchos objetos existentes en el mundo real, se les mostraron dibujos de dichos objetos y se le pidió que los nombrase. El niño designó con exactitud los objetos representados. Ya que jamás había visto anteriormente un dibujo o una pintura, los investigadores dedujeron que la capacidad para percibir la significación de las representaciones no depende de la experiencia previa y es por tanto, innata.





Las representaciones que utilizamos al percibir y recordar objetos son generales y abstractas durante todo el desarrollo. Existen razones funcionales para que así sea. Un propósito para el que sirven las representaciones abstractas internas es el reconocimiento modal-cruzado o comparación. Y al parecer nuestro sistema perceptivo opera con rasgos distintivos más que con detalles sensorialmente específicos (15).

Toda representación gráfica de un objeto ha de contener alguno de los rasgos distintivos que nos permiten identificarlo como tal objeto. No es preciso que tenga todos ellos, pero ha de poseer los suficientes o, en caso contrario, no será en absoluto tal representación. En este sentido es un sustantivo parcial del objeto, más que una pura representación. De hecho, según Bower(16), para el sistema perceptivo del niño, puede parecer algo más que el sustantivo, que es para el adulto, y ello, sencillamente, porque la limitada capacidad de procesar información que posee el niño puede impedirle darse cuenta de los rasgos ausentes en lo gráfico. Así, no es sorprendente que un niño pequeño reconozca la imagen de un objeto y nombre a este cuando la contempla. El nombre va asociado mentalmente a una serie de rasgos distintivos, y la imagen ha de poseer algunos de ellos. Según este autor, el lenguaje es necesario como mediador en la representación gráfica, al menos inicialmente. El niño no verá que una cosa está en lugar de otra, a la cual representa, sin el vínculo verbal. "El lenguaje es el sistema de representación más flexible que ha logrado desarrollarse y reconocer que una imagen plástica puede representar objetos, es muy distinto de ser capaz de nombrar las cosas que están reproducidas en la imagen. Algunos aspectos de la representación son tan abstractos y convencionales como los símbolos matemáticos, por muy naturales que parezcan a los adultos" (17). La representación de la relación espacial es expresada convencionalmente de distintas maneras en diferentes sociedades; como por ejemplo, la representación de la perspectiva en la pintura europea y la pintura japonesa. No es por tanto, extraño que los niños tengan que aprender el significado de los convencionalismos representativos.

3.4

PEQUEÑOS USUARIOS

Para conocer mejor a nuestros pequeños usuarios, revisaremos algunas de las características básicas de comportamiento:

3.4.1 6-7 años



Hay cambios bruscos. Es una edad algo difícil.

Se muestra hipersensible, susceptible e irritable. Habrá que cuidar mucho las reacciones ante sus acciones o sus errores.

Se espera más de él. Las exigencias sobre él son mayores.

Se producen cambios en el organismo: caen los dientes de leche y empiezan a salir los primeros molares definitivos. Todo el organismo se hace hipersensible: son frecuentes las molestias físicas de anginas, pies y piernas, fatiga,... se le darán los cuidados que precise, pero sin demasiadas contemplaciones, pues se favorecería la fragilidad.

El ejercicio y una buena alimentación le ayudarán.

Se observan bruscos cambios de humor que le hacen rechazarlo todo y no querer nada, seguido de arrepentimientos y acercamiento social.

Hay nuevos progresos motrices: en su juego hay un gran derroche físico. Se distrae fácilmente: su impulsividad le hace no percibir los peligros.

El niño de esta edad continúa sometido a lo que percibe de forma inmediata, y esa percepción aún no es capaz de corregirla mediante el razonamiento lógico (de la misma forma que lo viene haciendo en los tres últimos años).

El niño de esta edad iniciará su etapa en la escuela, muy distinta a la que era en preescolar: ahora se enfrentará a más exigencias,... Se le intentará facilitar esta adaptación: se le preparará hablando con él sobre lo que le espera (dónde irá, con quién, qué hará,...).



El principal objetivo del curso será el aprendizaje de la lecto-escritura. Si el niño está maduro para ello, en poco tiempo aprenderá para ello deberán darse una serie de condiciones:

- un dominio suficiente del lenguaje hablado (que distinga sonidos, palabras,...)
- que su inteligencia se encuentre ya en el nivel analítico, es decir, que sea capaz de aislar y diferenciar formas, componer y descomponer grupos de letras,...
- una buena lateralización.
- buena organización del espacio y del tiempo.
- una visión y audición dentro de la normalidad.
- buena psicomotricidad.

Es importante no forzar al niño a iniciarse en la lectura, por el hecho de tener 6 años.

Tendrán que revisarse las condiciones mencionadas, y trabajar la o las que falten, para que más adelante pueda darse dicho aprendizaje sin problemas.



Forzar al niño y dramatizar su fracaso en la lectura, sólo provocaría en él un rechazo total hacia todo lo relacionado con la lectura, y por extensión a otras asignaturas, viéndose así afectado su éxito escolar.

El cálculo será el otro aprendizaje importante del curso: clasificar, ordenar, aprender las series de números,... Para ello, se requerirán las mismas condiciones que para la lecto-escritura.

Con frecuencia a esta edad se da una nueva fase de "por qué".

Sabe conversar con fluidez.

Muestra interés por los cuentos clásicos, y por la naturaleza, los animales, las plantas,... Conoce algunos de estos cuentos de memoria y es capaz de contarlos(18).

3.4.2 7-8 años



El niño de 7 años se muestra más tranquilo que en el año anterior, se mueve menos. Controla más su comportamiento.

Muchos de los hábitos los realiza ya sólo: lavarse, vestirse,... pero aún precisa ayuda para hacer correctamente otros como bañarse,...

Conoce las distintas partes de su cuerpo y de sus articulaciones (codos, rodillas, cadera,...).

Distingue con claridad el lado derecho y el izquierdo, tanto sobre sí mismo como en relación a otros.

Si no es así, se verán complicados los demás aprendizajes escolares, tal y como hemos indicado en la edad anterior.

A nivel de inteligencia, hay un importante cambio: alcanza las llamadas "operaciones concretas". Ello significa que se pasa a la reflexión y la comprensión lógica de las cosas; empieza a poder ponerse en el punto de vista del otro.

El niño de esta edad sabe clasificar y hacer series, así como establecer correlaciones entre 2 o más series de objetos.

Se desarrolla más la conciencia de sí mismo y la de la conciencia moral. Se siente más responsable de sus acciones y de sus cosas.

Participa en el juego de los compañeros de su edad, respetando las reglas establecidas. Este espíritu de participación y cooperación se hará notar también en al familia; será un buen momento para favorecer y fomentar sus iniciativas.

Domina mejor sus emociones delante de los demás, así como sus miedos.

Muestra más pudor en mostrar su cuerpo; no le gusta desvestirse delante de otras personas. Asimismo expresa gran interés por todo lo relacionado con el cuerpo (embarazo, nacimiento, cambios,...).

A esta edad, el niño debe haber aceptado el sexo al que pertenece, identificándose con el progenitor de su mismo sexo. Normalmente, esto ya se produce en torno a los 4-5 años.

Se propiciará realizar actividades conjuntas que les haga tener cierta complicidad.

Ante todo, para contribuir a su progresiva madurez, se fomentará el deseo de hacerse adulto y de reafirmarse como persona(19).

3.4.3 8-9 años



Los niveles de madurez, las experiencias y las condiciones familiares marcarán la variabilidad en los niños de esta edad.

El niño de 8 años se comporta de forma más independiente, y muestra mayor flexibilidad en sus relaciones, pues lo hace con diferentes personas de su grupo. Se siente más seguro de sí, y ello le hace acercarse a las cosas también con más seguridad, deseando para sí mismo un trato de mayor proximidad al mundo adulto.

Esta seguridad le hará probar verdaderas acrobacias físicas, ante las que mostrar sus habilidades; de ahí, que haya que educarle en la prudencia para evitar peligros innecesarios (facilitar que se sepa proteger a sí mismo).

Es un buen momento, por ello para insistir en la práctica de algún deporte (danza, natación, ...), pues le ayudará a descargar su exceso de energía, beneficiando su equilibrio y el control de sí mismo

La responsabilidad de sus actos se va desarrollando cada vez más, lo cual provocará un menor número de situaciones conflictivas

Muestra gran interés por todos los fenómenos de la naturaleza, curiosidad que hay que aprovechar para hacerle avanzar en sus aprendizajes y en el conocimiento del mundo que le rodea.

Se interesará, asimismo, por la información de tipo sexual.



El niño de esta edad es capaz de contemplar una situación desde distintos puntos de vista. Se iniciará en el concepto de la "relatividad" de las cosas.

Se desarrolla su razonamiento lógico. Ello le llevará a intervenir y discutir más sobre las explicaciones de los adultos. Va a ir desarrollando su espíritu crítico.

Hay una tendencia a expresarse verbalmente con gran facilidad.

Colabora y participa más en las tareas de casa. Es un buen momento para asignarle tareas que pueda desarrollar sin problema, y que le hagan sentirse útil.

Es muy importante tener presente que para que el niño se desarrolle adecuadamente ha de vivir en un ambiente tranquilo y no inquietante.

La participación es algo muy intenso a esta edad.

Será signo de alerta y motivo de consulta el observar un niño que no participa en las actividades, que se aísla por miedo, ... pues algo está ocurriendo(20).

3.4.4 9-10 años



A esta edad, las niñas son mucho más maduras que los niños. Dedican casi el mismo tiempo a hablar que a jugar. Se fijan mucho en la ropa que visten, aparece la amiga íntima...

Los niños son diferentes: corren sin parar, hacen rabiar a los grupos de niñas y en el juego prefieren los grupos pequeños a las parejas.

Se compara constantemente con los demás para autoanalizarse y valorar su aceptación social.

Se va configurando su personalidad. Ya se van viendo con claridad sus cualidades y actitudes

La autoridad de los padres deja su protagonismo para dejar espacio a la propia autoridad interna del niño que cada vez le irá guiando más en sus acciones. Necesita decidir por sí



mismo cómo actuar. No le gusta que el padre reaccione con autoridad excesiva, aplicando la ley del más fuerte.

Muestra entusiasmo por las cosas y una gran cantidad de energía física, lo cual hace aconsejar la práctica de algún deporte que facilitará la descarga y el autodomínio.

A esta edad el niño suele comer bien. El rechazo o la voracidad hacia la comida adoptará nuevamente un significado afectivo; será una forma de oposición a los padres. A veces, el conflicto viene de muy lejos, de los primeros años de infancia.

Tras un período de juego y de actividad "desenfrenada" es conveniente dejar unos momentos intermedios de calma antes de exigir al niño concentración para realizar alguna tarea escolar; pues la excitación de los momentos anteriores podría impedirlo. Debe haber un tiempo de recuperación de autocontrol.

Su memoria visual está más desarrollada que la auditiva; retener información oral le costará más que la información que ve escrita.

Se intentará que mantenga interés por todas las materias escolares, apoyándole ante las que muestre mayor dificultad. Esto le ayudará a disminuir o el fracaso escolar y a mantener el interés por aprender cosas nuevas.

Si se observa un cambio negativo, de fracaso escolar, en un niño que siempre ha salido exitoso, hay que intervenir de forma inmediata a través de un psicólogo infantil que analice e intervenga sobre lo que está ocurriendo, ya que esta situación podría condicionar el resto de su vida escolar.



En cuanto al desarrollo de su inteligencia, destacaríamos avances, como:

- saber contar sin utilizar los dedos.
- solucionar problemas matemáticos, en los que se combinen diferentes operaciones.
- comprende la relación causa-efecto.
- es capaz de razonar, analizar y extraer conclusiones, pero sobre hechos o cosas concretas; aún no puede hacerlo en abstracto.

Es importante no basar la educación del niño en el aislamiento social, sino favorecer la relación con otros niños(21).

118-119



*personajes
de fantasía*

FANTASÍA

El significado y clasificación de la fantasía, así como el origen de personajes fantásticos que dan lugar a los personajes publicitarios son los temas que desarrollaremos a continuación, para poder presentar la propuesta gráfica de los "**Cuentacuentos de La Teclita.com**".

El punto de partida para el despliegue de la fantasía es un estímulo (interno o externo) que pone a marcha el flujo de la imaginación, al tiempo que la conciencia se vuelva sobre sí misma; curiosamente, al llevar a cabo este proceso se deja fluir el caudal de imágenes encadenadas una a otra, tal como una película que el individuo contemplara ante sí mismo, sin mayor disposición que una especie de sueño de la conciencia, la cual se encuentra semicerrada a la estimulación exterior y donde las funciones mentales confluyen a través de la conciencia de sí, en un manantial del que brotan las imágenes. Éstas han sido construidas por la conciencia y almacenadas en la memoria, pero pueden ser construidas sobre la marcha -y de hecho lo son, en gran medida, en la fantasía-, cuando se encadena dos imágenes y constituyen una tercera; porque lo importante es que la conciencia, al tiempo que se observa a sí misma, continúa su flujo y su trabajo de elaboración de imágenes(1).

Cuando el niño ha desarrollado lo suficiente como para poder enseñar una buena cantidad de imágenes almacenadas en su memoria con sólo nombrarlas, entonces es posible decir que la fantasía puede funcionar adecuadamente. Aunque desde los dos años hay ya un cierto manejo del lenguaje, no es sino hasta los tres años cuando es posible asociarlo a imágenes por intermedio de la conciencia que ha iniciado su función mediante los hábitos, ritos y mitos en el que el niño ha estado sometido en la familia. Para ello es necesario que el pequeño haya accedido a una actitud psicológica de amalgamar en el tiempo y sincronizar en las funciones mentales, los significantes del pensamiento – palabra. Esto implica la posibilidad de elaborar las imágenes de la fantasía al tiempo que se despliega el proceso; para ello son necesarios un punto de partida, un fondo o pantalla contra la cual proyectar las imágenes, una capacidad de acercamiento hacia estas, la capacidad de fragmentar y condensar las imágenes, así como un deslizamiento paralelo al flujo de la conciencia; en fin, la composición del paisaje de la fantasía asociado con la palabra que lo describe, representa o desencadena(2).

Por lo que respecta a la fantasía, D. T. Winnicott(3) ha propuesto la existencia de una zona intermedia que resultaría del intercambio entre el niño como sujeto de afectos, necesidades y deseos, y la madre como satisfactoria de todos ellos, implica una zona intermedia entre la madre y el niño, en la cual se colocaría el objeto transicional. Esta zona que Winnicott llama potencia, se sitúa entre el bebé y la madre, entre el niño y la familia, entre el individuo y la sociedad; para este autor, esa zona se ensancha en el vivir creador y en toda la experiencia cultural del ser humano.

La mentalización del objeto se desarrolla también con la evolución de la palabra, permitiendo al niño desde los tres años a cuatro años empezar a manipular y jugar con las representaciones mentales de los objetos, como lo hace con sus juguetes en la realidad, sólo que de una manera efímera, simbólica y al principio poco estructurada, con el incremento de las relaciones familiares el niño empieza pronto a tener una vida en la cual tiene que discriminar los objetos de las personas y tratarlos de distinta manera, aunque en su fantasía no exista gran diferencia entre las imágenes de las personas y las representaciones mentales de los objetos. De ahí la importancia de la familia como moduladora de la fantasía y como integradora del sentido de la realidad.

Hacia los siete u ocho años el niño empieza una evolución que culmina con la consolidación de la fantasía como una función mental. Los aspectos fundamentales de Piaget(4) ha demostrado que la imagen es una construcción de la mente y que bajo el influjo del pensamiento operativo ésta sufre las mismas vicisitudes que el pensamiento, aunque ello facilita su estructuración de una manera más acabada.

Cuando la conciencia estimulada por el afecto, la voluntad o el pensamiento, realiza un esfuerzo especial, la imagen puede quedar anclada en la memoria; esto se puede lograr mediante la identificación del flujo de la conciencia, o bien fijando la imagen a otro contenido de la mente. Otro contenido de la mente es el acto lúdico que el niño realiza de modo cada vez más complejo con sus juguetes, pero también en la realidad social de los juguetes de las reglas. Este proceso aunque empieza desde los cinco años o seis años, adquiere su mejor expresión hacia los nueve o doce años, cuando el juego se vuelve una especie de microcosmos de las relaciones sociales, culturales y simbólicas y además, el jugar se convierte en la actividad preferida del niño y modo de relacionarse con su medio ambiente.

Para ello el pequeño tiene que estar en posibilidades de utilizar su fantasía como un instrumento de adaptación y manejo de la realidad, aunque en ocasiones entre en contradicción con la misma. Es claro que este proceso no se desarrolla hasta que el niño haya accedido al pensar operativo, a la autoconciencia y a la socialización acelerada de la última etapa de la infancia. Por tanto, el niño tiene que encontrar satisfacción en la producción de objetos y en los resultados de su trabajo, ya sea en la comunidad o en la escuela. Si esto no es posible, se puede producir un sentimiento de inadecuación o inferioridad si desespera de sus herramientas o habilidades o de su estatus entre sus compañeros, todo ello puede afectar su identificación e incrementar el malestar interno y la frustración. Es posible que el niño encuentre refugio en fantasías compensatorias, tal como sucede con chicos tímidos y poco sociales, que sin embargo fantasean con tener muchas amistades, destacar en las actividades académicas o deportivas. También es posible que el niño utilice la fantasía para adaptarse a las demandas de comunidad, en un complejo movimiento que implica la percepción adecuada de la realidad laboral o escolar y la emergencia de imágenes de la fantasía que guíen sus habilidades y las adapten a las expectativas del entorno.

4.1.1 FANTASÍA, CONCIENCIA Y PENSAR OPERATIVO.

La imaginación está ligada invariablemente a la realidad de la cual se nutre y a la cual regresa, por tanto, su estrecha liga con el pensamiento operativo es fundamental. La realidad y la imaginación se encuentran en una relación recíproca en la cual, por medio de las operaciones, la imaginación se acomoda a la experiencia adquirida haciendo surgir las imágenes cinéticas, reproductivas, anticipatorias, etc., también cuando la realidad ha sido captada en imágenes, ésta puede ser asimilada y modificada por la imaginación para una nueva adaptación.

La fantasía aunque ha partido de la realidad, tiene que desconectarse de ella, o por lo menos desinteresarse de su transcurso, ya que cuando la fantasía fluye, el individuo se encuentra semidesconectado de la realidad dando libre curso a sus imágenes fantásticas. Sin embargo, como ambas coexisten en la conciencia, existe una liga estrecha que permite despertar al individuo que fantasea, si el entorno lo demanda de manera perentoria.

La imaginación sigue los eventos del entorno por medio del sentido de la realidad; en cambio, la imagen de la fantasía va más allá de la realidad; la trasciende, la deforma y la transforma, por medio de las imágenes que de ella surgen. La fantasía hace surgir también una realidad que va más allá de la imaginación, transfiriendo el simbolismo de los objetos a las imágenes fantaseadas, y de modo similar a como la metáfora transfiere el significado de una frase a otra, con ello las imágenes adquieren un sentido individual ligado al afecto, la pulsión y el deseo (5).

Todo aquello que ha sido relacionado por la cultura o la fantasía ha tenido en la historia de la civilización una connotación de grotesco, efímero y extravagante. Como se verá en el apartado dedicado a los personajes fantásticos, algunos autores como Izzi Massimo(6) prefieren denominar a los personajes de fantasía o míticos como **monstruos** por el aspecto híbrido o deforme que caracterizan a estos personajes, aunque también aclara algunas reservas a este término. En niños de las grandes urbes, esta liga entre personajes y lo monstruoso no siempre se encuentra debido a la que las festividades de carnaval se han ido disminuyendo y sólo tal vez en alguna fiesta de cumpleaños se encuentre con algún payaso o bien un encuentro ocasional con algún personaje enmascarado. A cambio de ello, la televisión o el cómic provee al niño una abundante cantidad de personajes grotescos; de animales como Mickey Mouse o el Pato Donald, que hablan, se mueven y llevan a interactuar con los pequeños en las afueras de un almacén en donde alguien caracteriza al personaje, sin embargo, cualquiera que sea el origen de las imágenes míticas que flotan en el ambiente del niño, éste las utiliza como patrón o modelo para elaborar sus propias fantasías, imágenes fantásticas y mascaradas.

Por otro lado, la fantasía identificatoria es la representación fantaseada de las cualidades de algún personaje mítico; ésta forma parte de una función mental de considerables repercusiones puesto que facilita al niño el proceso de identificación en la última parte de la infancia. Nos referimos a la tan conocida imagen del niño que al ponerse una capa de su héroe favorito, se siente por un momento como si fuera él, actúa, remeda y hace los movimientos propios del personaje. Esto que al niño de cuatro a cinco años actúa en la realidad, el infante de ocho y nueve años de vez de hacerlo e imitar con sus ropas al personaje se siente atraído a él, fantasea que atrapa a los bandidos como su héroe favorito, y en fin, le sirva como una figura más ideal que real hacia quien puede tener una atracción, identificando algunas actitudes, conductas y actitudes del personaje como propios; también le sirve de modelo hacia el cual orienta algunas pautas de conducta; puede servir al niño para modelar algunas conductas bajo la forma del personaje hacia el cual dirige la fantasía identificatoria.

La estructura que sustenta a la fantasía está formada por los residuos que han ido quedando de las veces en las que el niño ha fantaseado. Dichos residuos están estrechamente vinculados al afecto y la memoria; al afecto por la calidad vivencial con que el chico ha teñido sus fantasías; a la memoria por que es ahí justamente donde se contienen la información codificada acerca de las imágenes de la fantasía. Es obvio que mientras más veces se haya repetido y mientras más intensidad emotiva haya tenido una fantasía, mayores posibilidades tendrá de quedar almacenada como un evento significativo en la memoria. "La estructura que sustenta la fantasía está constituida por diversos componentes, entre los que cabe destacar los siguientes:

- 1- Un deseo que permanece por lo general oculto, ya que cuando el deseo se expresa abiertamente, éste lleva a la acción.
- 2- Un acto o acción explícitos o implícitos, en afecto, para el niño es casi imposible fantasear sobre las imágenes estáticas; por lo regular la fantasía se refiere a acciones por realizar o ha hechos futuros, que implícitamente conllevan acciones, por ejemplo, el chico que fantasea en ser profesional, rico o tener muchos automóviles, imagina algunas acciones para lograrlo.
- 3- Una palabra o significante que los escribe o los representa a la conciencia y que facilita la asociación y la sintaxis de las imágenes de la fantasía.
- 4- Una conciencia que los concibe a la vez que los sostiene, y que eventualmente puede hacerlos desaparecer, como cuando la realidad informa que el chico debe deshacerse de la fantasía para atender al llamado del profesor.
- 5- Un tiempo cíclico o mítico que permite a la fantasía dilatarse, contraerse, tomar en espirales, sin más guía que la voluntad de sí.
- 6- Una imagen mítica, construida por la conciencia y que está asociada a un afecto del individuo; además, existe una liga simbólica con los ritos, mitos y cuentos que la cultura ha proveído al niño y que son como la pasta con que amasa sus imágenes fantasiosas(7).

4.1.2 TIPOS Y CARACTERÍSTICAS DE FANTASÍA.

Tipos de fantasía	Características	Discurrir fantasioso
Simple o flexible.	De conexiones suaves.	Pastoso, pegajoso.
Evasiva o elusiva.	Ligera, fluida y etérea.	Volátil, efímero, rápido.
Compensatoria.	Debilidades exaltadas.	Lento, circular, mítico.
Adaptativa.	Práctica, productiva.	Similar al flujo de la conciencia.
Creativa o ingeniosa.	Paciente, amalgamada, decantada.	Ligada la memoria del tiempo coagulado.
Discursiva o narrativa.	La imagen es un significado más del lenguaje.	Como el discurso del cuento y el mito.
Onírica.	Simbólica y ligada al Inconsciente.	Discurrir onírico.
Fragmentaria.	Como en el panal de abejas.	Deshilvanado.
Firme o arquetípica.	Simbólica, afectiva, muy ligada al Inconsciente.	Lento, deja de emerger y ensambla, imagen.
De desprendimiento.	Se aleja del yo.	Acelerado.
De ensamblado.	Ordenar imágenes de acuerdo con un fin.	Secuencial con imagen y eventos en sucesión.
Metafóricas.	Transfiere significado de imágenes a palabras.	Circular, y a la vez en orden de sucesión.
Fantasmática.	Ligadas al Inconsciente, cargadas de afecto.	Tiempo circular; deja emerger del inconsciente.

"Se ha dado por sentado que fantasear es sinónimo de imágenes de la fantasía, y que al escuchar un cuento y fantasear acerca del personaje, el niño está solamente elaborando un relato. Por el contrario cuando un niño fantasea fabrica nuevas imágenes, tanto a partir del juego y sus materiales, como de los relatos que ha escuchado. Además, cuando comunica a sus pares el resultado de sus fantasías, ésta puede formar parte del acervo de chistes, bromas y mascaradas, las cuales circulan sin restricción en su grupo, pero difícilmente son transmitidos al adulto. Cuando dicho acervo se difunda en el entorno puede llegar a constituir una verdadera subcultura, en cual niños y niñas muestran su ingenio a quien esté dispuesto a escucharlos sin censuras ni regaños"(8).

La evolución de la conciencia al término de la infancia ha llegado a un punto en el que se han consolidado las siguientes funciones:

- La percepción de la realidad es ahora práctica y adaptativa al grupo, sus reglas y presiones.
- Se ha incluido el aspecto operatorio del pensar, por lo que el flujo de la conciencia se ha vuelto ordenado, jerarquizado y en sucesión continua de eventos, vivencias y pensamientos.
- La conciencia de realidad tiene una estructura sólida, que permite manejar sin mucha ansiedad las situaciones críticas, así como discriminar claramente la fantasía de la realidad.
- El acervo de experiencias, mitos y eventos ha incrementado el flujo de la conciencia, que semeja un río caudaloso con numerosos afluentes.
- La imaginación ha recibido la influencia estructurante del pensamiento operatorio, por lo cual es un instrumento útil para imaginar soluciones a los problemas cotidianos, tanto en la familia como en la escuela.
- Los sueños, fantasías y mitos tienen una sólida estructura y permiten al niño evasiones fantasiosas de realidades penosas. Facilitan también el escape de las angustias, producidas por las presiones en grupo, ayudando a liberar algunas tensiones debidas a baja autoestima.

Las funciones antes mencionadas convergen en una estrecha liga conciencia-imaginación, la cual es la base de la fantasía, los mitos y los sueños elaborados. A continuación se abordará a la fantasía con respecto al cómo se le representa a los niños por medio de relatos, cuentos o imágenes míticas.

4.1.3 Cuentos, relatos, películas y fábulas

B. Bettelheim(9) considera que hay diferencias significativas entre el mito y el cuento de hadas; el primero es pesimista y el segundo optimista, además el mito implica demandas del *super-yo* o conciencia moral.



El mito implica no sólo el relato, sino una figura simbólica que representa un ideal suprahumano; en cambio el cuento, y no sólo el de hadas, propone al niño conductas socialmente conformadas, que sirven de modelo por imitar o de comportamientos por evitar; casi siempre tiene una moraleja y varía de un país a otro, o de una época a otra.

Algunos de los cuentos más difundidos en nuestra cultura implican una serie de reglas y modos de conducta apenas disfrazados por trama de relato. Tal es el caso de *Caperucita Roja*, de Ch. Perrault, cuya admonición está claramente expresada por la madre que prohíbe a Caperucita hablar con extraños en el bosque. Ella desobedece y a consecuencia de ello el lobo se come a la abuela e intenta hacer lo mismo con ella. El mensaje al pequeño que está teñido de consecuencias nefastas ante una conducta de transgresión de las recomendaciones de la autoridad; la providencial intervención del leñador es una compensación de la fantasía, que además no existe en todas las versiones del cuento.

Los cuentos que implican una ayuda mágica pueden dividirse en dos tipos: los de la aparición de un hada que sirve de madrina y que concede lo que la realidad niega al personaje; tal como sucede en *Cenicienta*. El otro tipo de cuentos corresponde a la intervención de un auxiliador mágico; él puede estar contenido en una lámpara maravillosa como en el cuento de *Aladino de Las mil y una noches*. En cambio, hay ocasiones en que el personaje adquiere cualidades mágicas como en la conocida película *Fantasia* de Walt Disney. A veces el auxilio proviene del uso de objetos mágicos, como en *Pulgarcito*. En otras ocasiones, los objetos pueden tener efecto maléfico como la manzana envenenada que la madrastra disfrazada hace comer a *Blanca Nieves*. Las aventuras en los cuentos son muy variados y casi no existen sin algún hecho extraordinario que relate las dificultades del individuo ante la vida; sin embargo en ciertos cuentos la preferencia a la aventura es casi el único fin del relato.

Las imágenes míticas contenidas en este tipo de cuentos corresponden a los escritos extraordinarios que es necesario entender durante la vida y aunque están planteados de manera fantástica, muestran al oyente una determinación y una fuerza de voluntad para superarlos; también, la intervención formada del azar auxilia a quien tiene paciencia y perseverancia ante el infortunio.

En fin, los cuentos muestran al oyente la fuerza y los poderes que otorga la fantasía, pero también el uso debido de las facultades natales, ya sea la astucia, la perseverancia, la templanza, la paciencia o la osadía. Incluso es posible constatar que muchas veces relatar las aventuras es más importante que vivirlas. Para el niño que escucha el evento, lo importante es que despierte en su mente los deseos y el discurrir fantasioso que lo hagan partícipe de la historia; que le dejen, literalmente, volar con su imaginación hacia los reinos del "nunca jamás" o el "había una vez".

Hacia el término de la infancia es común que el niño haya sido expuesto a relatos de aventuras muy elaboradas, donde a diferencia de los cuentos ancestrales, la pluma del escritor ha dado mayor importancia a la trama que al aspecto mítico del relato; sin embargo, este último no ha desaparecido por completo, si acaso está de modo subjetivo o bien, la moraleja no es tan evidente.

En todos ellos la trama es compleja, pero de alguna manera exalta las imágenes míticas del individuo osado, capaz de cumplir un cometido producto de su imaginación y voluntad. La trama obliga al niño a una mayor utilización de sus habilidades operatorias (y en la adolescencia, de sus capacidades lógicas) para entenderlo, pero aun sin captarlo en su totalidad, él puede, al ver una película de este escritor, interesarse por el desarrollo del relato y entender el sentido moral del cuento.

En las fábulas, el cometido claro es la enseñanza moral que se desprende de la conducta animal, que no es más que un mero disfrace de los anhelos, tendencias y conductas del ser humano.

La Fontaine(10) ha señalado que las fábulas no sólo son morales, sino que además procuran otros conocimientos: las cualidades de los animales y sus diversos caracteres están expresados en ellas, y por tanto, los nuestros también, porque somos el compendio de lo que hay de bueno y de malo en las criaturas irracionales. Es necesario entonces el uso de la fábula para proporcionar, como ha dicho La Fontaine, imágenes accesibles a los niños y que expresen, de manera simbólica, las tendencias subyacentes al comportamiento humano.

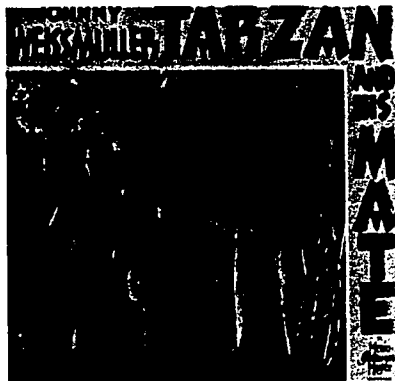
4.1.4 Mitos, ritos y leyendas

Los mitos ejemplifican la manera en que repercuten en la fantasía infantil para constituir un acervo iconográfico, mediante el cual conforman sus propias imágenes y fortalecen su discurso fantástico.

De la inocencia perdida

La mayoría de estos mitos traducen la caída, la pérdida y el reencuentro del paraíso perdido, así como la posibilidad de ser recuperado mediante un redentor, generalmente en la figura de un profeta, que cambia de nombre según la religión, pero tiende a simbolizar la intervención de la divinidad en la persona del elegido, para salvar a los demás del pecado y la condenación eterna, y que ha tenido un nacimiento en condiciones extraordinarias. Sin embargo, en los niños estos se traducen en imágenes míticas más simples como las de la Navidad y el Día de





Reyes; en estos días la costumbre ritual es el dar regalos a los chicos, haciéndoles creer que ha sido el Papá Noel, Santa Claus o el Niño Dios quien le ha otorgado sus juguetes. Este tipo de mitos celebran una especie de salida del tiempo lineal e histórico del año civil, para regresar en el tiempo circular del mito; para M. Eliade (11) este tipo de ritos son una mezcla de tradiciones paganas y de cristianismo clásico. Según Eliade, no existe contradicción entre la imagen del Cristo de los Evangelios y de la Iglesia y de la del folklore religioso. La Navidad, las enseñanzas de Jesús y sus milagros, la crucifixión y la resurrección constituyen los temas esenciales de ese cristianismo popular.

De su ser animal

Los mitos clásicos de los centauros, faunos y el minotauro han expresado desde siempre la unión de los contrarios, donde la naturaleza animal y la razón del hombre se han manifestado como el predominio de una u otra parte. Las imágenes míticas que aluden a estos seres han quedado confinadas a pinturas y libros; en cambio, han sido muy difundidas las historietas ilustradas y las películas que aluden al mito del hombre criado entre bestias, y el cual participa de ambas naturalezas; el más conocido es el de *Tarzán*. Para C. G. Jung (12) este mito personifica el primer estadio del animus o elemento arquetípico masculino en la mujer. También en algunos cuentos de hadas se hace referencia a personajes, convertidos por brujas y hechiceros, en animales o en seres monstruosos, tal como sucede en el cuento de Leprince de Beaumont, *La Bella y la Bestia*. Cualquiera que sea el mito, las imágenes combinadas de bestia y hombre modelan en la imaginación infantil aquellas fantasías de fuerza, instinto y pulsión, contra la aceptación social y la razón; ello repercute en una contradicción y en una síntesis de fuerzas que pueden perturbar o ayudar al psiquismo infantil.

Existe una conexión entre los ritos y mitos de renovación y los escatológicos o del fin del Mundo. Estos mitos expresan, según Eliade, "la recreación de un Universo nuevo, debido a la idea muy extendida de una "degradación" progresiva del Cosmos" (13). Ello implica el mito de una catástrofe final, sea el clásico Apocalipsis bíblico, una posible catástrofe ecológica debida a la perforación de la capa de ozono y ahora, el muy extendido de una guerra mundial.

De poderes sobrenaturales (figuras de superhéroes)

El héroe mítico que combate las fuerzas del mal ha sido representado por la iconografía de todos los tiempos; sin embargo, en la actualidad ha adquirido una categoría especial, accesible a los pequeños por medio de los cómics y los cuentos ilustrados que han creado una serie de personajes, los cuales han llegado a constituir verdaderos mitos. El ejemplo más acabado es el de *Superman*. M. Eliade resume con bastante precisión la importancia de este mito en el hombre moderno y afirma: "...si se va al fondo de las cosas, el mito de Superman satisface las nostalgias secretas del hombre moderno que, sabiéndose frustrado y limitado, sueña con revelarse un día como un personaje excepcional, como un héroe" (14).



© 1987, de [unreadable] [unreadable] [unreadable]

El común denominador de estos héroes es que compensan en la fantasía muchas de las carencias del ser humano y permiten al niño una identificación con alguna de sus habilidades. Éstas no son más que la personificación de algunos de los deseos infantiles más frecuentes: volar, sumergirse en el agua, trepar por las alturas, acabar con los criminales, etcétera.

Mitos y leyendas de terror

Los mitos de terror están muy extendidos en la época actual debido a la gran difusión que de ellos han hecho el cine y la televisión. De *Frankenstein*, de M. Wollstoncraft Shelley se derivan muchos, así como de *Drácula* (El simbolismo del vampiro humano está muy extendido en Rusia, Polonia y Europa central) del escritor irlandés Bram Stoker y de la serie de películas que aluden al terror del *viernes 13*. Por otro lado, hay toda una serie de imágenes relacionadas con el terror a las fuerzas de la naturaleza, que se han escenificado en la pantalla en las figuras de lobos o tigres que atacan al hombre; plagas de abejas, plantas carnívoras, hormigas y arañas asesinas. Muchas de estas imágenes no dejan huellas, pero otras alcanzan el nivel mítico y pasan a formar parte de la simbología asociada con el terror y la atracción a lo desconocido, lo prohibido y lo tenebroso; a tal grado, que la gente paga en un cine por asistir a las películas de terror. "Tal como si estas imágenes míticas fueran tan necesarias a la conciencia como las imágenes positivas; ello se debe a la posibilidad de asociar los contenidos angustiosos de la mente, a las imágenes que simbolizan situaciones de pánico y temor que tiene que enfrentar el hombre en su lucha por sobrevivir y adaptarse a la naturaleza. Sin embargo, pueden llegar a atormentar de manera innecesaria la mente infantil, en especial en aquellos chicos sensibles e imaginativos, por lo cual es conveniente su dosificación y control, que no su prohibición por parte de padres y educadores"(15).

"La iconografía de la muerte es una de las más extendidas en todas las culturas; no obstante, su significación sólo adquieren importancia para el niño cuando ya tiene la noción de muerte como desaparición perenne, es decir, hacia los ocho años"(16). En cambio, el simbolismo de la muerte ha acompañado al pequeño desde que ha sido llevado a los ritos funerarios, tales como velorios, entierros y visitas a panteones; sin embargo, el niño empieza a participar de manera más activa en estos ritos cuando acude a las casas a pedir un regalo por el día de brujas (halloween) o cuando detiene a los automovilistas en un cruceiro para pedir su calavera; también, cuando prepara la ofrenda en el día de muertos. Existen además leyendas alusivas a la muerte, que el niño ha escuchado desde pequeño, tal como por ejemplo en México, la leyenda de la *Llorona*, la cual sería una mujer que dejó morir a sus hijos, y según el mito, su fantasma recorre por las noches las calles de la ciudad gritando: "¡Ay mis hijos!". Últimamente han aparecido leyendas alusivas a la muerte que los niños repiten con frecuen-

cia, tal como aquella del bandido que entra en la casa, roba y mata a sus habitantes; también el secuestrador que amenaza con matar a un miembro de la familia si no se le paga cierto recate. Estas leyendas están basadas en hechos reales, que por cierto pueden verse como noticias en la televisión; sin embargo, se convierten en mito cuando son contadas y repetidas en múltiples ocasiones por la gente. "Éstas van dejando un sedimentos simbólico en el inconsciente colectivo como el ladrón, el criminal, la muerte, el descuartizador, etc. La importancia de esos mitos es que facilitan la asimilación de la idea de la muerte en la infancia tardía, así como el simbolismo del aspecto lúdico en las representaciones gráficas de la muerte, como un esqueleto con su guadaña, una calavera, la calabaza de halloween, etc."(17).

Así, muchos cuentos refieren las conductas que el niño debe evitar; otros, una serie de aventuras que son vividas por el personaje. Algunos más, expresan sufrimientos y recompensas o la expectativa de que se cumplan los deseos; otros, la eterna lucha entre el bien y el mal.





Nessos. Heracles matando al centauro Nessos. Detalle de una cerámica ateniese de finales del s. VII a. C.



GANESHA. El popular dios indio Ganesha, caracterizado por la cabeza de elefante, en un fresco de Sikkim del siglo XVII-XVIII.

El origen de personajes fantásticos proviene del mundo religioso, de los mitos y los ritos de los pueblos primitivos. Podemos imaginar aquella primera escena donde al calor del fuego el chamán o brujo de la tribu cuenta relatos acerca de sus dioses, acciones sobre caza o guerra; podría referirse como el antecedente del cuentacuentos y el inicio de los personajes fantásticos.

Es realmente interesante observar que entre las leyendas, mitos, relatos y expresiones artísticas de todos los pueblos del mundo, los personajes de fantasía o "monstruos" (como se les podría llamar también como lo mencionamos anteriormente en el apartado de la fantasía), retoman a menudo, bajo nombres y descripciones sólo superficialmente diferentes, en civilizaciones lejanas en el tiempo y en el espacio, los mismos arquetipos reducibles al limitado número de personajes monstruosos o fantásticos cuyo recuerdo late en nuestra memoria (ángel, duende, dragón, sirena, demonio, etc.). Esto se debe a que estos personajes encarnan exigencias mentales ligadas a valores constantes de la realidad humana (vida, muerte, amor, conocimiento, odio, miedo, esperanza...) y que forman, por consecuencia, creaciones permanentes y universales.

El estudio de este tipo de personajes fantásticos manifiesta que no existe en el mundo ningún pueblo ni ninguna sociedad, por primitiva o evolucionada que sea, que no haya recurrido abundantemente a los aspectos desviados o híbridos en las manifestaciones simbólicas del arte, de la religión y de la mitología. Además constituye un campo de investigación privilegiado para comprender y analizar el "funcionamiento" de la imaginación simbólica

En la clasificación de estos personajes nos podemos remontar a las largas listas de prodigios compiladas por los asirios con fines adivinatorios, los monstruos (sólo los biológicos) se ordenan de acuerdo a tres categorías: monstruos por defecto, o sea con alguna parte faltante o de dimensiones reducidas; monstruos por exceso, o sea con partes en número excesivo o gigantes; monstruos dobles o compuestos. También Aristóteles propone una tripartición muy semejante, siempre en el campo biológico. El primer intento de diferenciación dentro de los monstruos míticos es el descrito en el *Monstrorum* del siglo VIII-IX. En la que se propone una tripartición de los seres imaginarios: dividiéndolos en monstruos, fieras y serpientes. En la primera categoría se incluyen todos los seres que presentan un carácter humanoide, desde los hermafroditas hasta las sirenas, desde los pigmeos hasta las mujeres barbudas, sin excluir tampoco las anomalías de comportamiento (los que viven de carne cruda; los que viven de aliento; los que devoran hombres, etc.). Al grupo de las fieras pertenecen todos los seres que no presentan algún carácter humano, sin demasiadas distinciones entre seres verdaderamente imaginarios (quimera, odontotirano) y animales no usuales pero reales (león, tigre, elefante). En el tercer grupo se encierran a los dragones o serpientes, sean fabulosos o reales (19).

También existen ciencias que auxilian en este análisis como la Teratología, que se encarga del estudio de las malformaciones físicas de los seres vivos, sean hombres o animales, que nos remontan a sus orígenes en los tiempos en que cada "monstruo" era considerado un personaje portador de una comunicación de la voluntad divina. Por los cuales, más que por las causas o remedios para este tipo de nacimientos, el interés estaba en conocer el significado sobrentendido del acontecimiento, que podía tener un alcance general y que dio origen a meticulosos registros y catálogos, creando así una literatura especializada, llamada en la antigüedad paragrafía, que constituye una importante fuente para el estudio científico de las malformaciones, y que de hecho dio origen al nacimiento de la teratología(20).

Con el paso del tiempo los mitos y leyendas fueron cambiando de forma y contenido. A medida que el hombre dominaba mejor a la naturaleza, los mitos se hicieron menos terribles y crueles. Se transformaron en leyendas, a las que se le agregaron detalles regionales y se transformaron en cuentos folclóricos; los cuales, nuevamente con el paso del tiempo, dieron origen al cuento de hadas.

Los personajes de estos cuentos están generalmente polarizados: son muy pobres o muy ricos; muy buenos o muy malos; bellos o feos. Están esquematizados hasta el punto de representar solamente una cualidad o un defecto, que se lleva hasta la exageración. Los temas son universales; estos cuentos nos hablan de los conflictos que deben resolver los hombres antes de alcanzar la madurez, presentada como un triunfo final, el momento en que todas las preguntas son contestadas y los problemas se resuelven gracias al ingenio del protagonista o a la intervención de personajes u objetos mágicos.

Gracias a la literatura conocemos mejor el concepto de la infancia. En la antigüedad y sobre todo en la Edad Media, no se entendía el concepto de la infancia debido a que en aquel entonces los niños eran poco considerados. "Sólo tenían acceso a cuentos escritos para adultos, y no se les proporcionaba información especializada, ya que los textos no se elaboraban pensando en ellos. La palabra niño designaba una relación de familia, o bien definía un rol de dependencia; no se utilizaba para hacer referencia a la edad ni tampoco para eliminar y conocer el mundo de los niños. La palabra infancia viene del latín *infantia* y significa incapacidad de hablar. Refleja el vínculo que se establece entre el sujeto y el lenguaje bajo una perspectiva prejuiciada de la sociedad, pues esa incapacidad se juzgaba desde el modelo idealizado del lenguaje adulto"(21).

Debido a estas características y conceptos del mundo infantil, a los chiquitines se les asoció con lo diminuto, lo imperfecto, lo inacabado y sin posibilidades de expresión propia. Por eso tampoco se les podía considerar un grupo con características sociales específicas y necesidades particulares. Lo que se acostumbraba era contarles historias, mitos o leyendas, lo cual marcó el reconocimiento de la sociedad a los niños. "Fue a finales del siglo XIX cuando el concepto de infancia quedó conformado. Los aspectos que influyeron en él de manera determi-



TERATOLOGÍA Lámina del libro de
Reignault Nicolas Francois, *Les écart de
la Nature*, Paris, 1975.



Radolph Caldecott, ilustración de *Hey Diddle Diddle*,
ca. 1880.



nante fueron inicialmente religiosos y más tarde educativos. Mientras no hubo necesidad de proteger a la infancia de una conducta pecadora, no se aplicaron reglas restrictivas a la vida social y sexual de los niños. Fue en el momento de fundar una moral particular cuando lo infantil pasó a formar parte del mundo social y educativo"(22). De esta manera entraron en vigor las normas prohibitivas para controlar la expresión amorosa o sexual de este nuevo grupo social. Por ejemplo en la época victoriana su principal punto de apoyo ideológico y moral fue la religión. La iglesia marcaba los senderos por los cuales debía conducirse todo ciudadano en su vida familiar, e incluso llegó a dictar la vida privada del individuo: nada sexual podía aparecer a la vista de los demás. No sólo las practicas sexuales deben cuidarse de la mirada de los demás: también el discurso debía suprimir los temas que transgredieran los fundamentos de la vida amorosa aceptada por la censura. Así, el amor quedaba vinculado de manera muy particular con lo corporal. Era imprescindible contener el cuerpo porque en sí mismo representaba una falta de valores que no pueden salir a la luz, pues se consideraba como algo enfermo cuyo rechazo era necesario. Médicos, sacerdotes y educadores eran los responsables de prevenir y, en su caso, de atender la "enfermedad". Como resultado a esta postura crítica surge el monstruo idealista, que encarna de una realidad correccional a lo fantástico, de la razón a la imaginación, de lo pensado a lo sentido. A través de la representación gráfica se realizaron los deseos y los sueños que socialmente estaban prohibidos. "La razón y la pasión, la realidad y la imaginación, son términos opuestos que al encontrarse generan al monstruo. Su destino se limita a encarnarse de las más terribles pasiones humanas. El monstruo en este sentido es un logro de la infancia, porque encarna lo que hasta entonces indescriptible, forma una representación de la nada, lo nombra: el mal"(23).



Brujas, vampiros, hadas, sirenas, duendes o hasta el terrible coco han evolucionado hasta convertirse en protagonistas de algún cuento o de algún medio contemporáneo de comunicación como el cómic, el cine o la TV. Nacidos contemporáneamente a finales del siglo XIX, y basados ambos en la expresión a través de la imagen, el cine y los cómics iniciaron rápidamente un proceso de interacciones, influencias mutuas y préstamo de personajes que perduran hasta nuestros días. Estas influencias y préstamos mutuos han acabado desde el campo de los estilos gráficos y los criterios de composición visual hasta los modelos de ideales heroicos, las modas en el vestuario de sus personajes y sus expresiones coloquiales. No podía ser de otro modo, tratándose de dos medios basados en la imagen icónica y en la palabra (escrita en un caso y fonetizada en otro), moldeados ambos por las leyes de la narratividad y orientado los dos a un amplio consumo masivo. En un principio, los distintos condicionamientos operaban a favor de los cómics: estos se establecían sobre un medio, la prensa, con sus primordiales enriquecimientos técnicos ya adquiridos, mientras que la expresividad fílmica se encontraba a merced de una aún subdesarrollada tecnología. De tal modo los cómics constituyeron una plena realidad artística con manifiesta anterioridad al cine, que asumieron muy pronto una serie de soluciones estéticas y narrativas sin equivalencias cinematográficas hasta mucho tiempo después. "A este respecto cabe recordar, como ejemplos concluyentes, el inmediato hallazgo de la convención del sonido (mediante los balloons o globos de dialogo, las onomatopeyas, los bloques de texto en off, etc.) y el amplio disfrute del color (excellentemente tratado en la impresión de los suplementos dominicales de la prensa), pero también los descubrimientos de las posibilidades narrativas adheridas a la planificación, las angulaciones, la iluminación, la profundidad de campo, los métodos de montaje, etc. No es de extrañar que, durante años, los pioneros del cine volcaran su atención en los cómics, ni que destacados creadores de narraciones gráficas quisieran, a la inversa, otorgar a sus dibujos la movilidad fílmica: las figuras de James Stuart Blackton y de Winsor Mc Cay simbolizan el entrecruzamiento inicial de uno y otro arte" (24).

Los cómics llegaron asimismo con cierta velocidad a la instauración de módulos permanentes, es decir, la página (o fragmento de página) a color en los suplementos dominicales, que se llamaría *sunday*, y la tira de viñetas a blanco y negro en las secciones de comics durante los días laborables, tira de viñetas que, al devenir diaria, recibió el nombre de *daily-strip* o, más brevemente, *daily*. El módulo de la publicación periódica y específica de comics, bautizada *comic-book* y pronto abocada a la cuatricomía, arribo con posterioridad, en los años treinta, y al facilitar relatos de varias páginas en una sola entrega fue determinante para la producción de dilatadas narraciones sin la tática del serial, a la que, mediante el clásico *to be continued* (continuara), estaban irremediamente sujetos los comics de la prensa si la acción se prolongaba más allá de una *daily* o de una *sunday* (25).

El tope histórico de los cómics a lo largo de su primera y brillante expansión estuvo constituido por la generalizada descripción de grafismos humorísticos, que favorecían preferentemente la simple anécdota autoconclusiva y el género bufo. Aunque ya desde la primera década del siglo, existieron



BAT-MAN LASHES OUT
A TERRIFIC RIGHT...

HE GRABS HIS SECOND
ADVERSARY IN A DEADLY
HEADLOCK... AND WITH
A MIGHTY HEAVE

BAT-MAN SWIFTLY PICKS UP THE PAPER THAT
THE MURDERER STOLE FROM STEVEN CRANE'S SAFE.



CRANE HAS
BEEN MURDERED.
R. IT'S HORRIBLE

THAT'S TWO DEAD
PARTNERS OUT OF THE
FOUR THAT HAVE RECEIVED
THREATENING NOTES. THE
OTHER TWO MUST HAVE
RECEIVED THEM
TOO. LET'S GO
TO ROGERS
NEXT!





más seriales de lo que habitualmente se supone o se recuerda, la tónica era un chiste desarrollado en sucesivas viñetas, lo que limitaba extraordinariamente la ampliación de campos expresivos y de temáticas. De ahí el nombre de cómics (y también el de *funnies*, con referencia a la diversión que procuraban), y de ahí también la creciente tendencia a que, cuando el cine había accedido al largometraje, las versiones filmicas de cómics quedaran encuadradas en cintas de breve duración. Por supuesto, una vez que el cine pudo adentrarse en el reciente universo del dibujo animado (posterior al de la imagen real) los cómics invadieron el sendero correspondiente. Tras los experimentos iniciales de Winsor McCay, pionero en uno y otro campo, se registró la adaptación a cartoons cinematográficos por el francés Emile Cohl de la serie de George Mc Manus con el retoño Snookums, y el magnate de la prensa William Randolph Hearst impulsó, mediante el International Film Service, la adaptación de los cómics de sus diarios (*The Katzenjammer Kids*, *Happy Hooligan*, *Bringing Up Father*, *Krazy Kat*...) a ciclos de dibujos animados. Al iniciarse los años veinte, se originaba con *Felix the Cat* el fenómeno inverso: la creación de una serie en el terreno de los cartoons cinematográficos y su inmediato acceso a los cómics de la prensa; múltiples casos similares emergerían en el futuro, sobre todo en lo referente a los animales antropomorfos y parlantes(26).

El sonido dió considerable impulso a los dibujos animados, que, además, pronto se beneficiarían, en forma generalizada, del color. *Popeye*, *Barney Google*, *Krazy Kat*, *Toonerville Folks*, *The Captain and the Kids*, *The Little King* gozaban de dibujos animados en los años treinta, y los *cartoons* cinematográficos daban a los cómics, primero, la parodia de «vamp» *Betty Boop* y, a través de toda la década, una variadísima fauna que había arrancado de *Mickey Mouse* e incluyó a *Bugs Bunny*, *Donald Duck* y los *Three Little Pigs*. A los dibujos animados o caricaturas accederían más tarde series de cómics tan dispares como *Superman* y *Li'l Abner*, y la gama se ampliaría extraordinariamente cuando los *cartoons* (caricaturas) dejaran de ser manjar de las salas cinematográficas para instalarse en la pequeña pantalla de la televisión(27).

4.2.1 PERSONAJES PUBLICITARIOS.



La televisión indudablemente nos ha dado una gran variedad de personajes por medio de las caricaturas o programas seriales, personajes que surgen del cómic se van adaptando en diversos medios, su imagen va evolucionando y acoplado a las nuevas épocas. Precisamente estos personajes de cómic o historietas se han convertido en los llamados personajes o mascotas publicitarias de algún producto o servicio. Dando lugar a la explotación de la imagen de estos personajes con fines comerciales, esta se aplica en diversos artículos como muñecos, loncheras, ropa, comestibles, etc.; comercializando licencias de uso para diversas empresas.



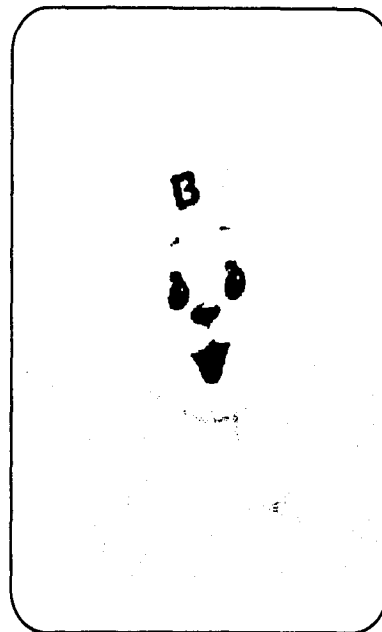
El éxito de un personaje es tal, que logra ser toda una celebridad virtual como en el caso de **GORILLAZ**, la banda de "zombie hip-hop" que ha tenido un éxito tremendo a pesar de que sus integrantes son caricaturas.



Pero también existen personajes de carne y hueso que por décadas sirven como personajes promocionales de múltiples marcas como **CHABELO**. Un personaje promocional actualmente es una poderosa herramienta de mercado que resulta ser eficaz porque hace más directo, sencillo y atractivo el mensaje que se quiere dar; simplifica la comunicación y crea en el público un punto de referencia reconocible y original.

Aunque generalmente los personajes tienen su mayor público en los niños, en ocasiones sirven precisamente para romper con barreras generacionales, como en el caso de las mascotas de olimpiadas o mundiales de futbol.

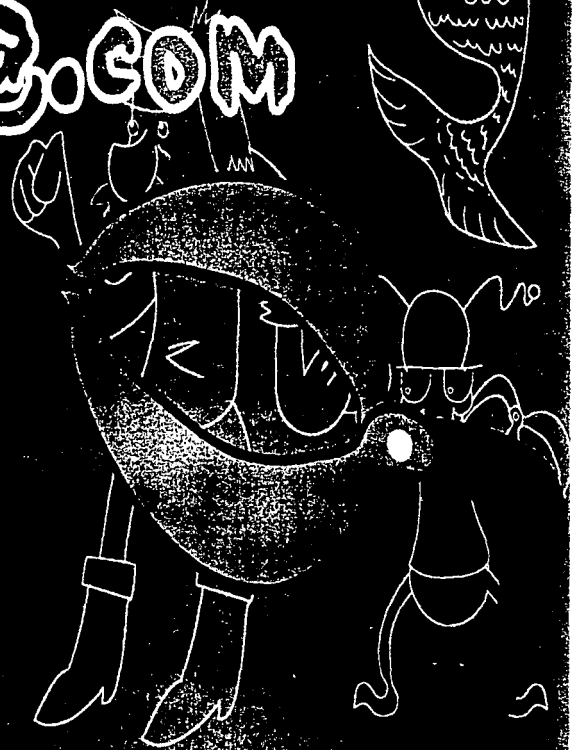
Hoy prácticamente todas las empresas y una que otra institución, dependiendo de sus necesidades de comunicación pueden llegar a requerir de uno o varios personajes. Desde un dulce plenamente dirigido al mercado infantil, hasta el águila o el cerdito de negocios tan serios como los bancos Serfin o BBV, respectivamente. Además las mascotas pueden ser para reforzar la publicidad de una campaña, pero también pueden ser el eje central de la publicidad; por ejemplo, el Osito Bimbo, representa a toda una empresa con una gran cantidad de productos diferentes.







Los cuentacuentos de la teclita.com



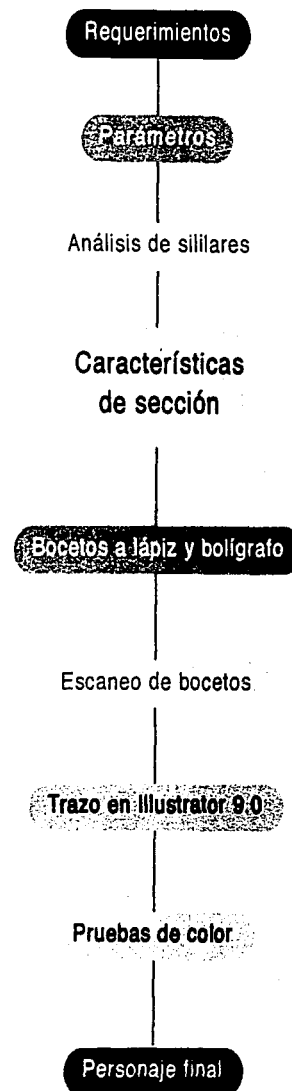
5.1 PROPUESTA GRÁFICA

La propuesta gráfica consiste en crear una pandilla de personajes fantásticos o "monstruos" (como lo hemos venido manejando a partir del concepto de Massimo(1) es decir por el aspecto híbrido o deforme del personaje), en pares o tríos para cada una de las secciones de cuentos. Por medio de las características tanto físicas como psicológicas de las mascotas, el usuario podrá identificarse con situaciones o relaciones que le atañen como la familia, el respeto y la amistad.

Para iniciar con el proceso gráfico de nuestros cuentacuentos, se desarrollan las características de comportamiento y de representación de cada sección. Ya se ha revisado en los capítulos anteriores el análisis de sitios similares, así como los puntos necesarios de los requerimientos y parámetros tanto de los usuarios como de una página *web*, en los que encontramos por ejemplo el estilo de ilustración digital, el cual será bidimensional, cuyo trazo será firme, dinámico y con pocos detalles; con apariencia caricaturesca y de "muñeco" es decir como si se hicieran con plantillas de cartón o foamy.

Así, para poder aplicar una animación para el sitio y realizar el trazo bidimensional, se utilizará el software o programa vectorial (basado en las descripciones matemáticas de líneas y figuras) **Illustrator 9.0**; ya que cada extremidad del personaje y elementos que lo forman se debe de agrupar como una figura independiente. Se empleará plasta de color sólido en modo RGB (colores luz empleados en gráficos dentro de la computadora).

A cada personaje se le dará un nombre y una breve historia previa para desarrollar su personalidad y que esta sea reflejada en la ilustración. Además dentro de las posibles aplicaciones de las mascotas, se presentará quincenalmente un cuento o historia en las que se relacionen los personajes de las tres secciones. A continuación se muestra un cuadro general para el desarrollo gráfico de los personajes.



Para esta sección de cuentos clásicos, se propone que los cuentacuentos representen la convivencia de los pequeños traviesos con el adulto, se contempla crear un par de mascotas: una que se refiera a las pequeñas usuarias, dulces, traviesas y especiales; y a un adulto grande y poderoso pero a la vez noble y un tanto torpe o salvaje. Existen dentro del mundo de los cuentos clásicos una gran variedad de personajes como duendes, dragones, princesas, etc., pero para nuestras necesidades retomamos la figura de la hada, ya que es un personaje fantástico con atributos de un ser pequeño, femenino y mágico. Para darle un nuevo sentido a este personaje y que resulte atractivo para nuestros usuarios, se fusionará por medio de la caricatura, con una mascota doméstica de gran preferencia entre los niños y niñas: el gato; pues este contiene atributos de simpatía, agilidad y rapidez. A continuación se muestran los bocetos o apuntes realizados "a mano" como una visualización previa a la forma de la gati-hada.

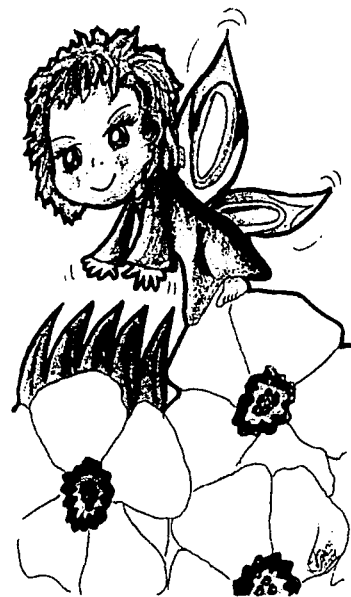
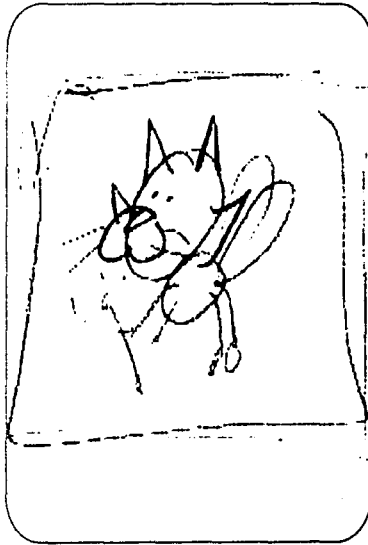
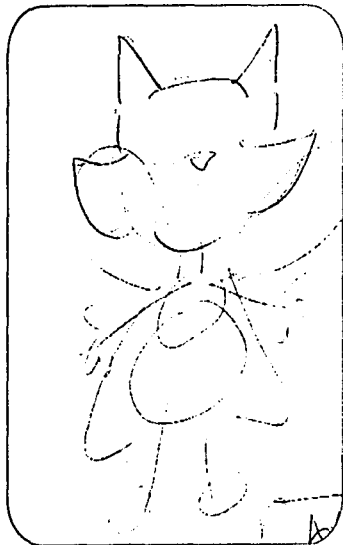


Ilustración de una pequeña hada de cuento, realizada para la *TecN@.com*. Este personaje es conocido comúnmente en España, Francia e Italia como un ser de sexo femenino, de dimensiones pequeñas con capacidad para volar y con habilidades domésticas, de diversos oficios y medicinales (por su conocimiento de las hierbas y contacto con la naturaleza), así como su presencia en el nacimiento de los niños para traerles dones y dirigir su destino.

A continuación se muestran las opciones del nombre y las características de personalidad con las cuales se empezará a dibujar las variantes de esta mascota publicitaria:

GATINA ADELINA MININA GATY MIAU FELINA FLERY HADY

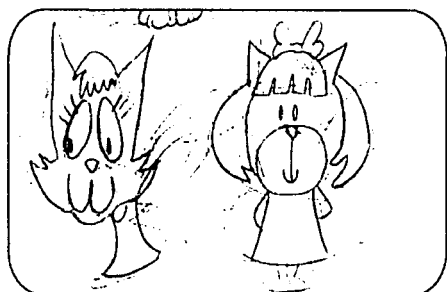
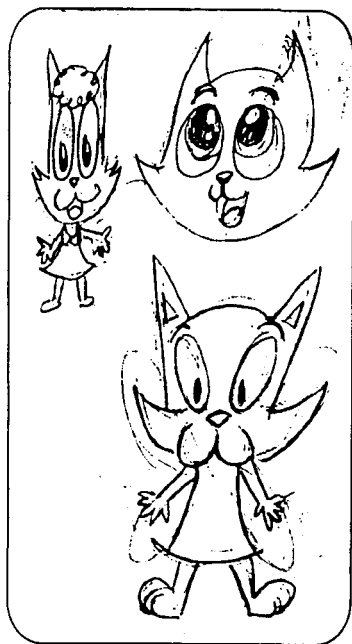
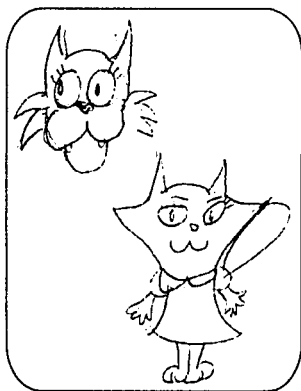
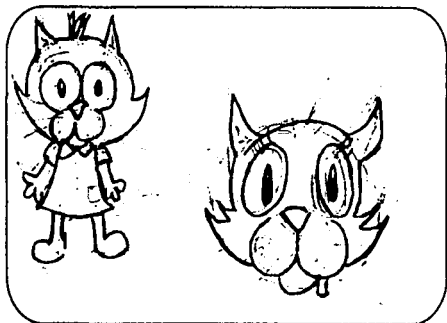
De estas opciones se mezcló el nombre de **Hady** con **Felina**, pues así se hace referencia al hecho de que se trata de una hadita gatuna o felina.

HADY FELINA

Hady era una linda y mimada gatita del reino de Sagún. Era la mascota real de la princesa Marthita, pero un día por la mañana salió de palacio para explorar el mundo exterior. Al adentrarse en el bosque encantado, escuchó una pequeña voz de una niña pidiendo auxilio; era una hada mágica que se encontraba atrapada en el tronco de un viejo árbol y molestanda por un ratón que le jalaba los cabellos desde adentro del tronco. Hady corrió para ahuyentar al ratón con sus maullidos y ayudar a la atorada pequeña. Al ser liberada, la pequeña criaturita le agradeció su ayuda a la felina concediéndole un deseo mágico y es así como Hady decidió emprender una nueva vida llena de aventuras mágicas y ayudar a la princesa Martitha a encontrar al amor de su vida: el gigante con botas.

Así surge la historia de este personaje en el mundo fantástico del cuento; gráficamente se muestran a continuación los primeros bocetos realizados a lápiz para escoger la opción más conveniente para las aplicaciones.

Bocetos a lápiz

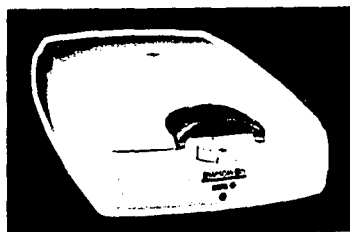


Después de esta etapa de bocetaje y dentro de las opciones más caricaturescas, de trazo y forma gatuna la siguiente propuesta es la aprobada por el editor de la teclit@com.

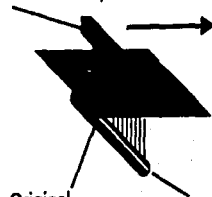


5.2.1 Digitalización de bocetos

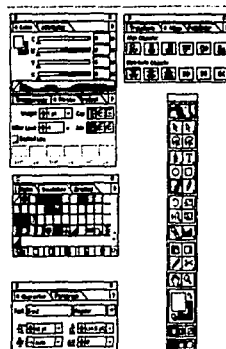
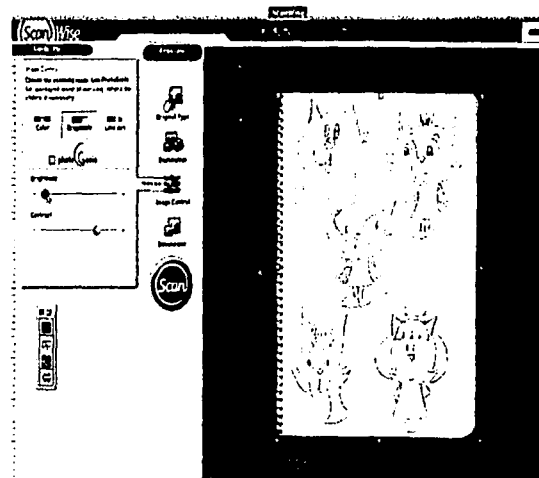
A continuación se escanea el boceto aprobado, es decir, se transfiere la imagen a lápiz a la computadora por medio de un lector óptico llamado escáner de cama plana (hardware) junto con un software especial que convierte la imagen en un mapa de bits, que no es más que una retícula de ejes coordinados x e y , como un tablero de ajedrez. Cada pequeña casilla de la pantalla se llama "píxel" (una abreviación de picture element: elemento de imagen)(2).



Cabeza de Exploración



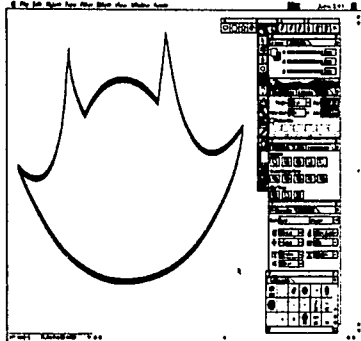
Esquema del funcionamiento de un escáner de cama plana.



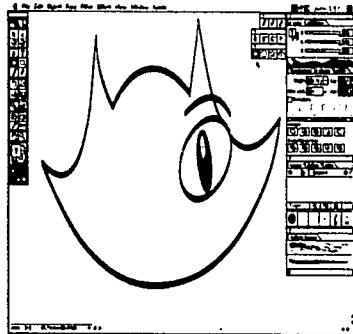
Adobe Illustrator 9.0

Ya digitalizado el dibujo se realiza el trazo sobre él en el software o programa vectorial Illustrator 9.0, en el cual, aparte de trazar y armar cada parte del personaje con las herramientas de pincel y plumilla, se realizarán las pruebas de color.

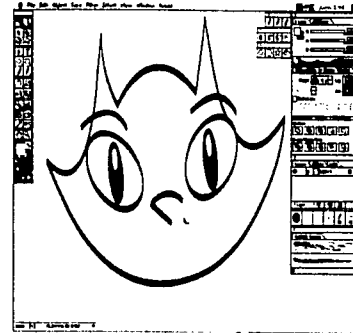
Trazo de *Hedy Felina* en Illustrator 9.0



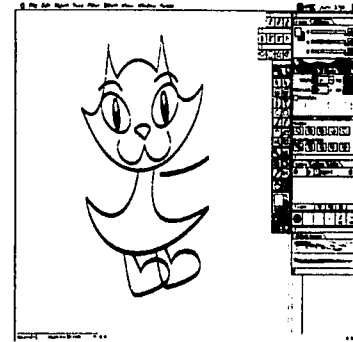
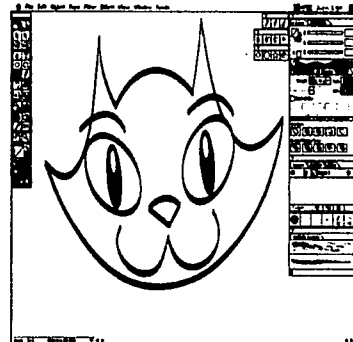
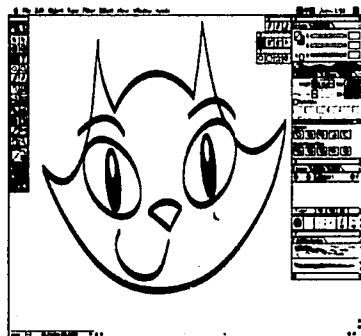
El primer trazo que se realiza es el de la cabeza, ya esta contiene los elementos que dan las características de expresión y personalidad. Se traza con la herramienta del pincel a un sólo trazo a mano libre.



Los ojos gatunos se dibujan por medio de elipces, las cuales se van agrupando como figuras independientes.

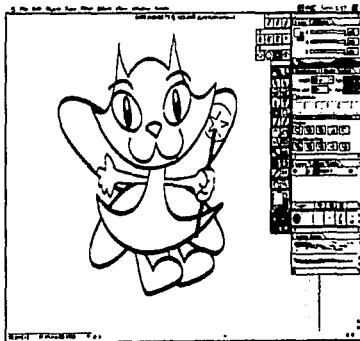


Otras líneas como la nariz o cejas se trazan con la herramienta de plumilla, ya que las líneas son manipuladas desde su trazo por los nodos (elementos básicos del programas vectoriales).



Se termina de trazar la cabeza y se trabaja el cuerpo de la mascota, así como los elementos restantes como la varita mágica y las alas.

5.2.2 Características de color para imágenes Web



Teniendo el trazo del personaje se le da relleno y se realiza una opción en blanco y negro para continuar con las pruebas de color.

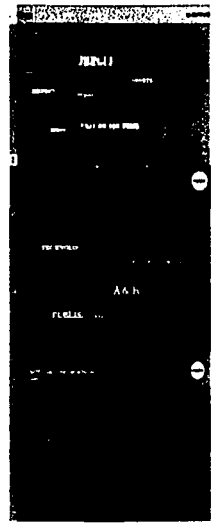
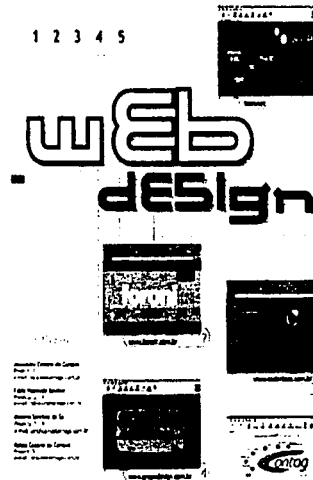
Aunque ya abordamos las características de la ilustración digital (Caps. I y II), retomaremos los aspectos para trabajar el color del personaje porque es muy importante tener en cuenta ciertos requerimientos para los gráficos que se utilizan dentro de la computadora. Los parámetros que más afectan a cómo se muestra un elemento gráfico en la Red son el monitor con el que el usuario accede a ellos y el ancho de banda de su conexión.

La mayor parte de la gente que accede a Internet lo hace a través de un *módem* (modulador-demodulador, dispositivo que codifica los datos para transmitirlos sobre un medio particular) y visualiza las páginas con un monitor que sólo muestra 256 colores. Esto impone unos ciertos límites en el tamaño de los archivos y en el número de colores de un gráfico *web*, el cual como ya vimos, está formado por una retícula de *píxels*, cuyos colores son controlados por una cantidad de memoria denominada "VRAM" (Video Random Acces Memory, memoria de video de acceso directo). En su forma simple, es decir en monitores en blanco y negro, se adjudica un único *bit* (término abreviado de "binary digit", dígito binario) de memoria a cada uno de los *píxels*. Si se dedican mas *bits* de memoria a cada uno de los *píxels*, se pueden mostrar más colores como en un monitor de "8 bits" (256 colores) o podemos conseguir en la pantalla de la computadora un color casi fotográfico como en los monitores con "color verdadero" o a "24 bits" pueden mostrar, simultáneamente, millones de colores distintos.

A la cantidad de VRAM dedicada a cada uno de los *píxels* de la pantalla se la denomina generalmente "profundidad de color" del monitor. La mayoría de los ordenadores personales que se han vendido en los últimos años, tanto en plataforma Macintosh como Windows, pueden mostrar una profundidad de color mayor que 8 bits, sea en 16 bits (miles de colores) o en 24 bits (millones de colores)(3).

COLOR

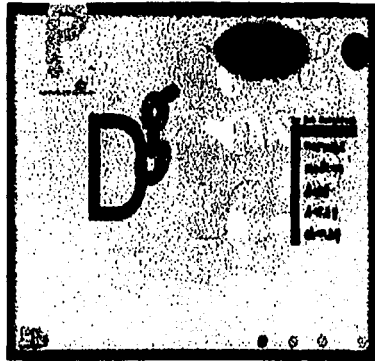
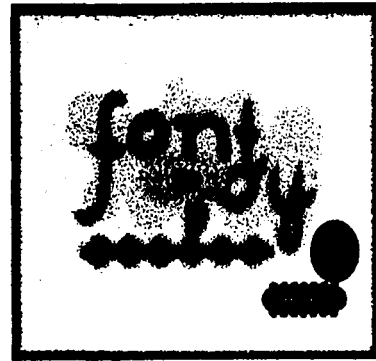
Los monitores en color para las computadoras de mesa se basan en tubos de rayos catódicos CRTS. Debido a que los CRTS transmiten luz, el despliegue del color se realiza basándose en el modelo aditivo de color (rojo-verde-azul: RVA o RGB: red-green-blue). Al modelo RGB se le denomina aditivo, debido a que la combinación de los tres colores rojo, verde y azul, en su estado puro, produce la luz blanca(4).



El mayor reto en la creación de imágenes para una pagina web es que trabajas con una resolución de pantalla muy pequeña. Pero, hoy en día, las pantallas de las computadoras permiten mostrar ya millones de colores, y esta riqueza en la variedad del color compensa -al tiempo que minimiza- las limitaciones en la resolución de pantalla. Puede ser que un gráfico muy complejo a una imagen fotográfica a todo color se perciba muy bien en la pantalla por dos razones:

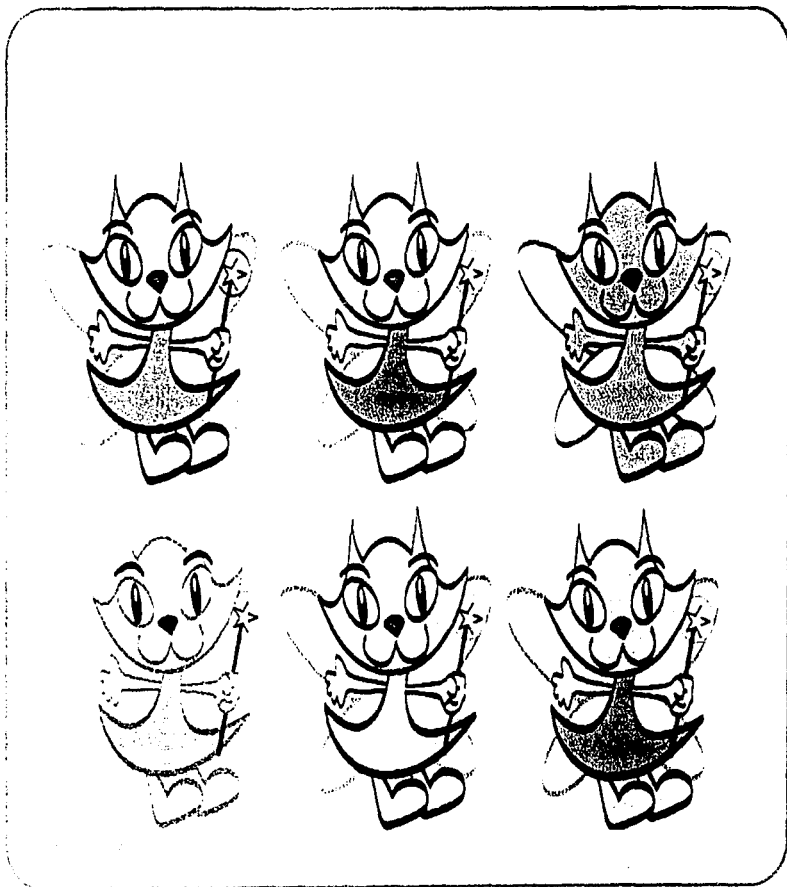
- Las configuraciones en "color verdadero" (24 bits) o en "miles de colores" (16 bits), reproducen el numero de colores suficiente para mostrar con exactitud cualquier tipo de fotografía o material gráfico complejo.
- La luz que transmite el monitor aporta una gama de color mas intensa y dinámica que la luz que se refleja en un papel impreso.

"Los usuarios relacionados con la ciencia o la educación empiezan a darse cuenta de que "publicación digital" es sinónimo "publicación en color" -en la Red no existe ningún tipo de incremento económico si deseamos incorporar el color a nuestra publicación-. Las páginas web tal vez sean la mejor manera que existe hoy en día de distribuir fotografías a todo color; es mucho mas barato que la impresión en color sobre papel y además es también mucho más consistente y fiable -más incluso que el más sofisticado (y costoso) de los sistemas de impresión a color que encontramos en la actualidad"(5).



Prueba de color

Al aplicar el color en nuestro personaje, se tiene que tomar en cuenta que se trata de una mascota mágica personificada por una "gata-hada" que representa ternura, inocencia, alegría, suavidad, femenina. Las propuestas de color son las siguientes:



Esta es la opción que reúne la mejor representación de color en la mascota, ya que el color amarillo, según los estudios realizados por Georgina Ortiz en su libro *El significado de los colores*(6), es el color de la luz solar, por eso es llamativo y cálido; contiene significados de dulzura, alegría, energía y poder. El rosa tiene relación con lo etéreo, lo dulce y lo agradable además es referente a lo femenino. Esta opción fue la aprobada por **La Teclit@.com** y queda como definitiva.



HADY
FELINA

Para nuestro segundo personaje de la sección de clásicos, se recurre a la figura mítica del gigante, ya que nuestra mascota representará a un adulto fuerte y poderoso, que aunque en apariencia impresiona por su tamaño, en el fondo es noble pero con una personalidad salvaje y descuidada. Esta característica de personalidad está basada en el significado mítico del gigante, ya que desde un punto de vista sagrado o simbólico se creía que originalmente el hombre era de tamaño gigante y a consecuencia de su decadencia humana por la pérdida de valores y alejamiento de la armonía cósmica, su tamaño fue disminuyendo progresivamente(7).

Indudablemente se recurre a la caricatura, no sólo por la exageración de tamaño de esta mascota a comparación de la pequeña Hady Felina, sino por que se basará en la caricatura política de un "gigante de la vida real", un nuevo personaje con gran presencia en los medios de comunicación, visto con gran carisma y simpatía por las masas; debido a su características físicas y de comportamiento "arancherado" y alianado, tanto, que se convirtió en el primer gobernante con botas de "el país de la nueva democracia". A continuación se muestra a este peculiar personaje:



Novel Muzica
 1890
 a. p. 100

Estampa popular rusa con un gigante que ataca a unos pobres seres humanos. "En el principio eran los gigantes". Esta paráfrasis evangélica no quiere ser un "hallazgo", sino que corresponde a una precisa realidad mítica. Prácticamente toda cosmogonía está basada en la transformación del cuerpo de un gigante cósmico, a su muerte, en las distintas partes del universo. De este originario papel cósmico del gigantismo, con el tiempo, sobreviven huellas cada vez más degradadas, que conservan cada vez menos la idea originaria de que el universo es una criatura viviente, como el hombre, con quien lo enlazan extraordinarias correspondencias simbólicas, y que justifican el papel de este último en la creación. En Grecia, la palabra gigantes no se refiere a seres genéricos de estatura superior a la media, sino que designa una familia específica de semidioses. Su nacimiento se debe a las gotas de sangre caídas del miembro del antiguo dios Uranos, mutilado por su hijo Cronos, caídas en el seno de la Tierra, la diosa Gea. Nacieron para vengar la suerte de los titanes, defensores del antiguo dios Cronos contra el usurpador Zeus, y fueron aniquilados por este último. Los gigantes son vengadores y restauradores del orden preolímpico antiguo.(8)

Nombre y características de personalidad.

Un elemento importante que caracteriza a este personaje entre otros atributos, son sus botas, por lo que este cuentacuentos será conocido como El gigante con botas y cuyo nombre verdadero (al igual que su real origen) será guardado como un secreto del personaje y el cual se escogerá de las siguientes propuestas:

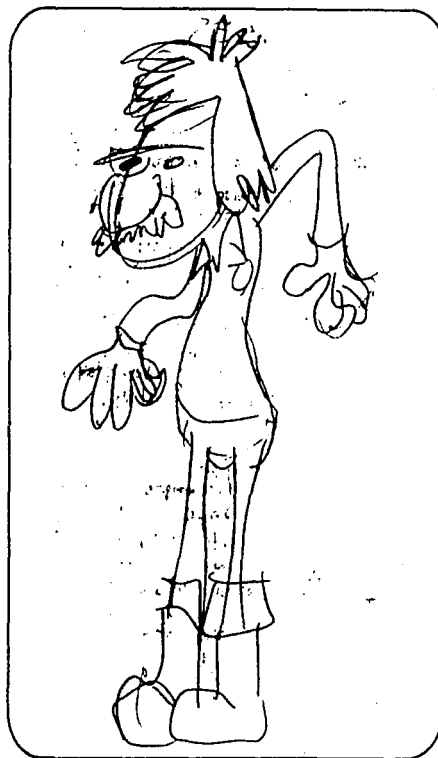
EL REY CLEMENTE

VALENTE

SILVESTRE

EL GIGANTE CON BOTAS

En un país muy, muy lejano existían dos reinos de fantasía: El Reino de los Chiquillos, gobernado por el buen intencionado y bondadoso rey Valente; y el Reino de la Esperanza controlado por el tramposo y ambicioso rey Pegelagarto. Aunque el rey Valente tenía un reino lleno de riqueza y prosperidad, era muy infeliz, pues estaba en la búsqueda constante de alguna reinita que lo acompañara para gobernar plenamente su reino. Una bruja llamada Simona, cómplice del rey Pegelagarto, convence al buen rey Valente para que encargue su reino a su vecino para ir en busca de una princesa que se convertirá en la reina de su corazón: la princesa Martitha del Reino de Sagún. Pero durante el viaje es hechizado por Simona la bruja convirtiéndolo en un salvaje gigante con botas; el cual busca romper la maldición y encontrar a la princesa Martitha.

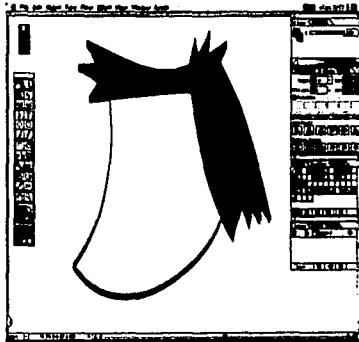


Bocetos a lápiz

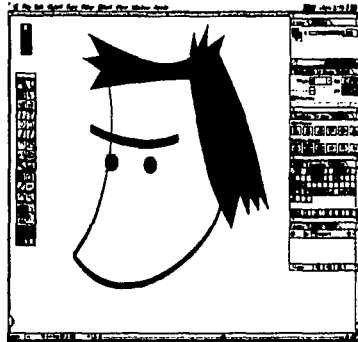
Se muestran los bocetos hechos a lápiz para la creación del Gigante con botas, cuya propuesta aprobada por la **TecLit@** es la tercera.



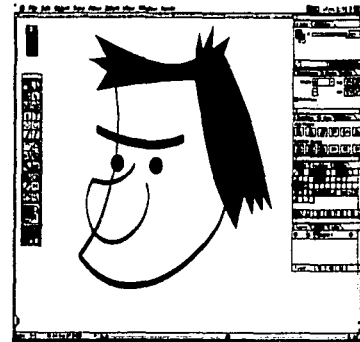
Trazo de El gigante con botas en Illustrator 9.0



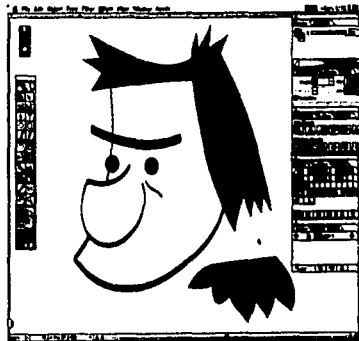
Se realiza el trazo de la cabeza empezando por el cabello y forma de la cara con la herramienta del pincel.



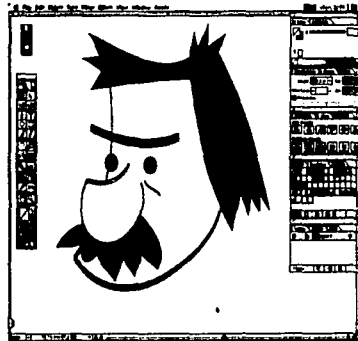
Con una sola línea se hace una ceja continua, y los ojos, agrupando círculos uno sobre otro.



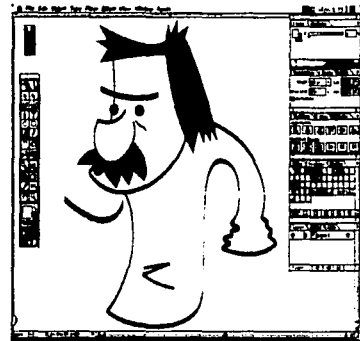
Se traza la nariz del personaje y se le da un relleno de plastita de color.



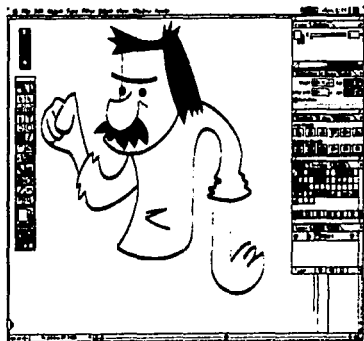
Se hace el bigote y se coloca por debajo de la nariz.



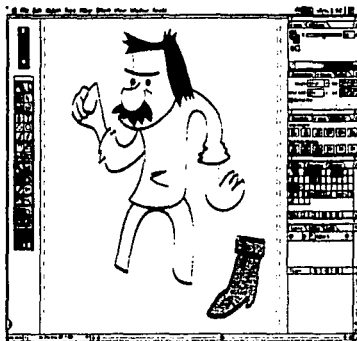
Teniendo los elementos completos de la cabeza del gigante, se agrupan y se comienza por el cuerpo.



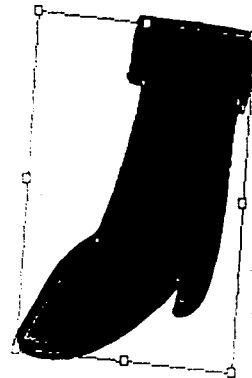
Se realiza con un trazo continuo el cuerpo con un brazo, el cual da la apariencia de que el personaje está encorvado. Se traza el siguiente brazo y se coloca por debajo del cuerpo.



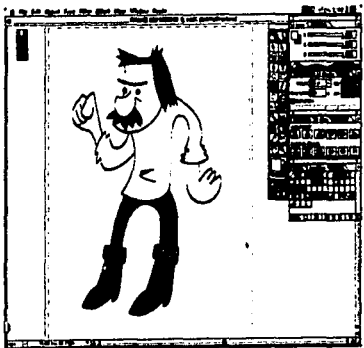
Se trazan las manos y se manipulan los nodos para cerrar el trazo y colocar debajo del brazo.



Después de trazar las piernas, se dibujan las botas características del gigante.



La bota está compuesta por dos elementos los cuales se agrupan y se duplican para crear el par; sólo que este duplicado se reduce de tamaño por ser la extremidad del fondo.

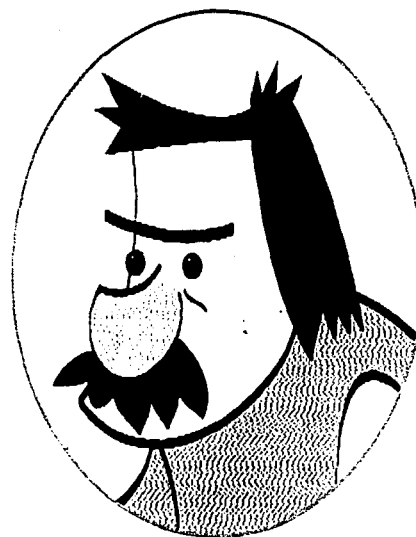
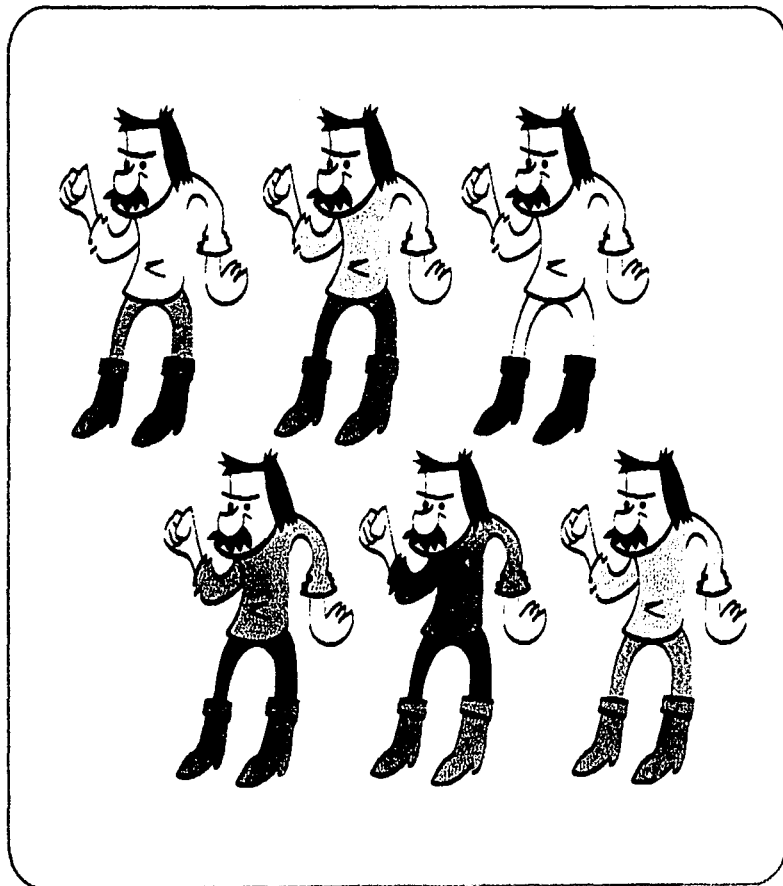


Ya armado el personaje, se rellenan las partes restantes para comenzar con las pruebas de color.

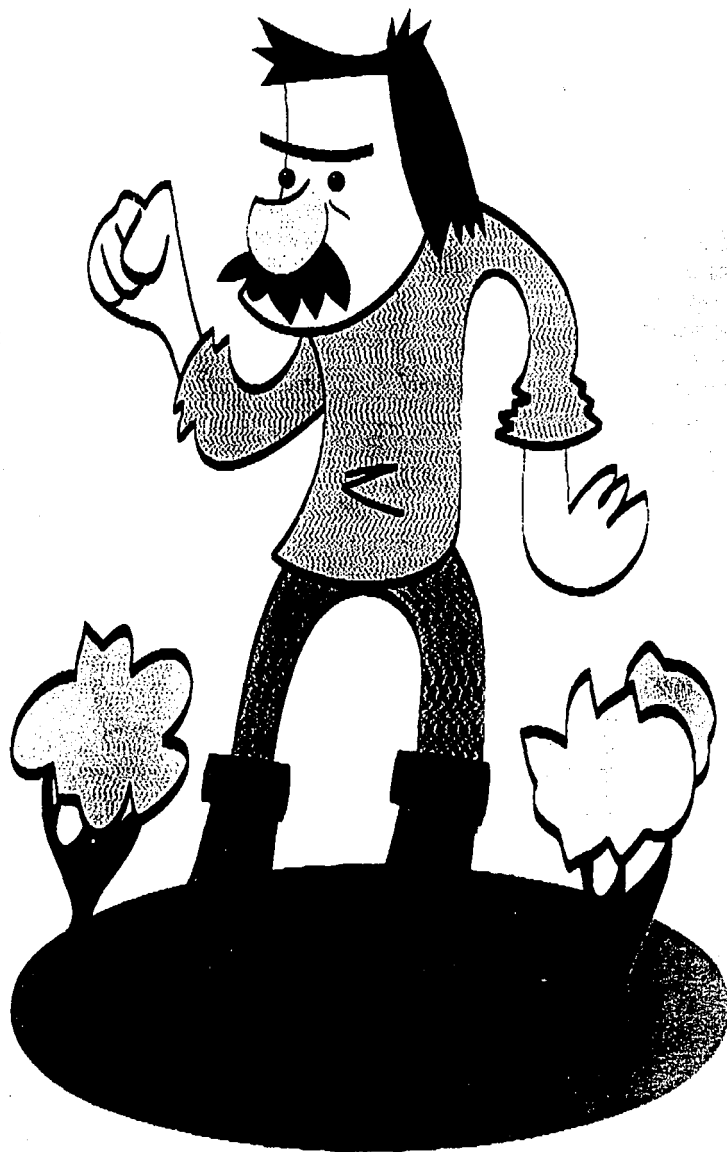


Prueba de color

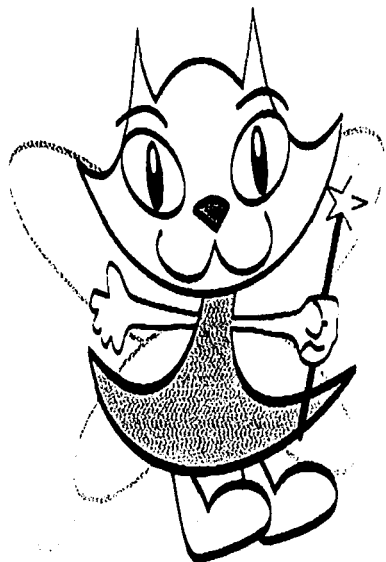
Para nuestro gigante buscamos que el color se refiera a los colores característicos del personaje del cual se inspiró, además, este cuentacuentos nos tiene que remitir a la esperanza, generosidad, masculinidad y sensibilidad. Las propuestas de color son las siguientes:



Esta es la propuesta aprobada que reúne las características de representación adecuadas, pues el color azul es el característico del partido político y ropa usual del personaje "real". Además según el significado de este color(9), representa valores de sensibilidad, generosidad, esperanza, y nos da sensación de amplitud por ser el color del cielo.



El Gigante con botas

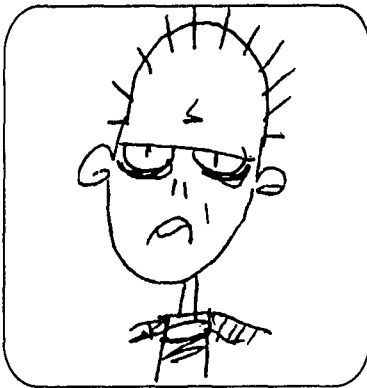


5.3

T E R R O R

En esta sección de cuentos de terror y de suspenso, la propuesta de los cuentacuentos consiste en crear un trío de monstruos, los cuales nos representan a una familia de criaturas mortíferas y oscuras, las cuales tienen un fuerte lazo de unión por su forma peculiar de ver la vida (o la muerte) extravagante y fúnebre. Padres e hijo son representados con estas mascotas. Primero es el turno de representar a los usuarios inquietos, traviesos y gruñones. Para este pequeño monstruo se propone crear un niño-zombi el cual fue transformado y adoptado por una pareja de criaturas terroríficas que gustan de contar cuentos de terror.

Como puntualizamos en el tema de la fantasía, la importancia de esos mitos de terror es que facilitan la asimilación de la idea de la muerte en la infancia tardía, así como el simbolismo del aspecto lúdico en las representaciones gráficas de la muerte, como una calavera de azúcar o chocolate, la calabaza de halloween, etc. Así, muchos personajes refieren a las conductas que el niño debe evitar; otros, una serie de aventuras que son vividas por el personaje. Algunos más, expresan sufrimientos y recompensas o la expectativa de que se cumplan los deseos; otros, la eterna lucha entre el bien y el mal (). A continuación se presentan los primeros apuntes realizados con bolígrafo sobre papel para tener una idea previa de la primera mascota del terror.



Fotografía de un zombi "auténtico". Son las almas de los muertos por muerte violenta, que siguen viviendo en la tierra en forma de fantasmas durante todo el tiempo que habrían vivido en condiciones normales. La misma suerte corren las mujeres que mueren siendo vírgenes. Los brujos hábiles pueden encerrar en botellas a estas almas y venderlas, ya que en ellas se concentra un notable poder. Mas frecuentemente, con la palabra zombi se indica a una persona aparentemente (¿o realmente?) muerta, que un brujo hace regresar a una especie de vida vegetal para explotarla como un esclavo. La visión deformada que el cine ha proporcionado de estos seres, pintados como monstruosos muertos vivientes, sedientos de sangre, no podría estar mas lejos de la versión original. El zombi auténtico, en efecto, se distingue por su total abulia y su plena sumisión a la voluntad ajena. Ciertamente, bajo el mandato de esta voluntad podría ser inducido a actuar con violencia; pero en general se le utiliza exclusivamente como peón o esclavo. La mención mas antigua de los zombis se encuentra en una novela de 1697, de Paul Alexis Blessepolis, llamado Pierre Corneille: *Le Zombi du* (10).

Nombre y características de personalidad.

M A C A B R I O R O D R I G O Z O M B I M O R T I R I O N A C H O Z O M B I

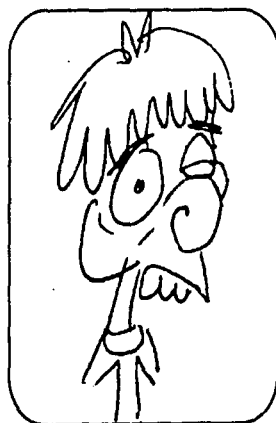
De estas opciones se considera con mejor rima y menos rebuscado la última opción, pues se trata de un alias de un nombre que puede ser de algún usuario y así, este se podrá identificar con este personaje; además es un pedacito o "cachito" de zombi.

NACHO ZOMBI

El pequeño Nacho era un chamaco rebelde, gruñón y muy travieso. Era huérfano y se sentía sólo en esta vida. Un día conoce a una bruja, la cuál a Nacho le simpatiza por su actitud malévola y oscura. Al tener un accidente el pequeño Nacho, la bruja lo convierte en un zombi para que tenga la oportunidad de tener una nueva vida-muerte al lado de ella, quien lo adopta junto con el Conde vampiro. Ahora con su nueva familia Nacho recorre lugares diversos para conocer y contar cuentos que asustan y ponen los pelos de punta



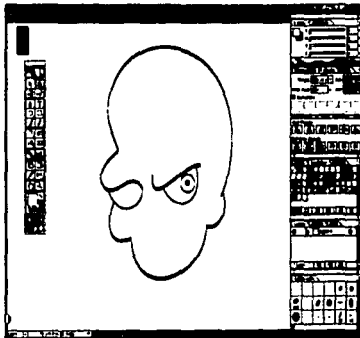
Bocetos a lápiz



Se muestran los bocetos hechos a lápiz para la creación del Nacho Zombi, cuya propuesta aprobada por la **Teclit@** es la tercera



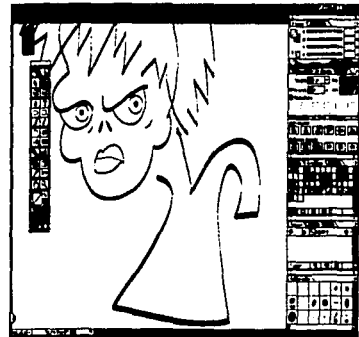
Trazo de **Nacho Zombi** en Illustrator 9.0



Como en los personajes anteriores, se comienza con el trazo de la cabeza y ojos, los cuales deben mantener contacto visual con el usuario.



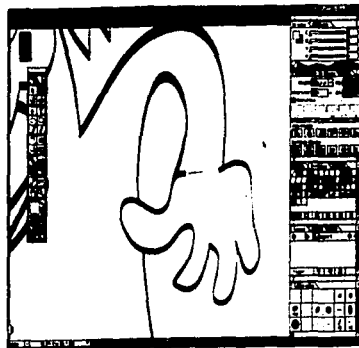
Con la herramienta del pincel se traza el cabello y manipulando los nodos de la figura se une el inicio con el final del trazo.



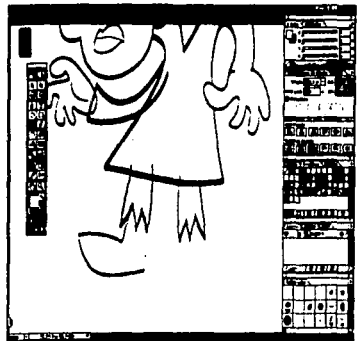
Ya trazada la cara completa se construye el cuerpo del niño zombie, colocandolo por debajo de la cabeza.



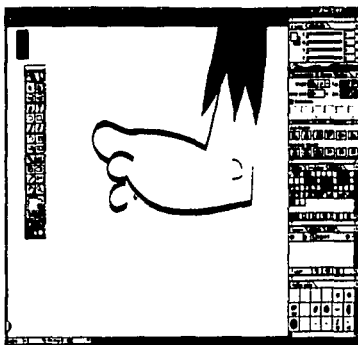
Brazo y manos son construidos con el pincel virtual.



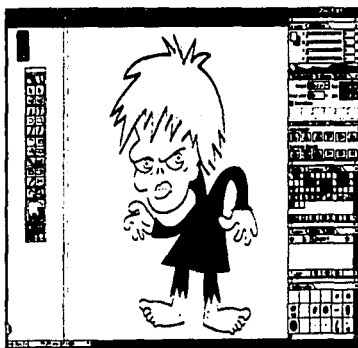
Jalando los nodos de la figura se va modelando la mano.



Continuamos con el pantalón viejo y los pies de la mascota, duplicando y reflejando la figura trazada al principio.



Trazada la figura base del pie, se trazan sus dedos y se van colocando y agrupando.



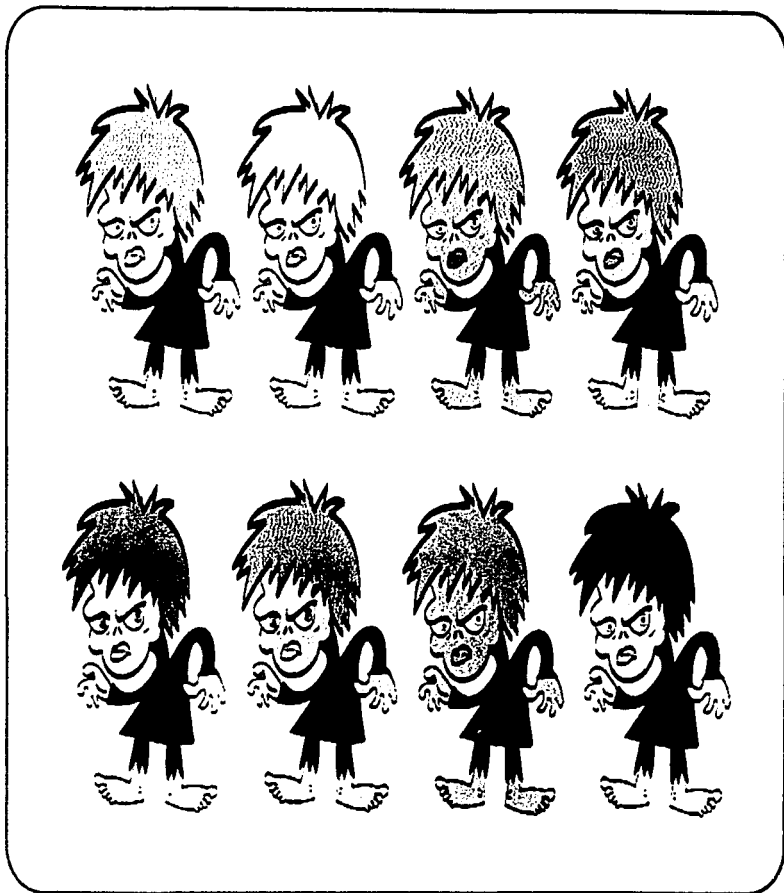
Cuando se tienen todos los trazos listos del personaje se le pone plasta en blanco y negro y se limpia la ilustración de cualquier elemento suelto (puntos, líneas o figuras invisibles) que pudiera quedar y generar basura.



Cuando nuestro personaje está terminado y aprobado, se realizará la prueba de color

Prueba de color

Nacho Zombi representa a un cadáver viviente y es el hijo de una bruja y un Conde vampiro, por lo cuál, el trío debe mantener un buen contraste y armonía entre ellos, ya que los tres representan terror, misterio, oscuridad, maldad, aunque con personalidades diferentes. Las propuestas de color son las siguientes:



Después de comparar las tres opciones de color marcadas y después de trazar a sus padres, esta es la opción aprobada, ya que contiene el contraste y representación de personalidad que se busca, ya que aunque todos tienen su ropa de color negro y según la consulta de significados de color este representa oscuridad, secreto, maldad, tristeza, etc., esta opción tiene la piel verde pálido y agrisado que representa enfermedad y descomposición. Además el cabello rojo nos da la representación de poder, ira, sangre, emociones fuertes; resulta muy estimulante y excéntrico (11).



Nacho Zombi

La figura de la madre estricta, extravagante, que todo lo puede y con poder se propone representarlo por medio de la imagen de la bruja; Esta servidora del mal junto con su familia de monstruos convive de una forma estrambótica en un mundo oscuro y frío, pero con valor de unidad y convivencia entre los integrantes de esta monstruosa familia.



Primeros trazos para visualizar las características del personaje.



Desde las épocas más remotas, el hombre ha intentado descubrir las leyes generales que rigen a los fenómenos naturales, con el fin de poder aprovecharlos y en esta interminable búsqueda ha descubierto un gran número de leyes. divididas en dos grandes grupos: las verdaderas, que constituyen el cuerpo de la ciencia, y las falsas de la magia. La magia es un conjunto de creencias y prácticas según las cuales individuos privilegiados, los magos o brujos, pueden intuir en las cosas de un modo diferente de la acción habitual de los demás hombres. Es así como se considera a la magia como una acción ipso facto acerca de las cosas que se quieren dominar, las cuales se van a representar por medio de símbolos. Esta acción se ejecuta al margen de si la experiencia les da o no la razón, ya que quien cree en la magia, aunque se enfrente a no obtener resultados, no trata de explicarse la razón de un fracaso y su confianza persiste intacta (12).

Nombre y características de personalidad.

MALVAVISCA MACARIA MARTIRIO ECHIZA SIMONA SICIRISCA

De estas opciones se eligió el nombre de Simona pues se deriva de la palabra *simonia* que significa compra o venta deliberada de cosas espirituales; además resulta un juego de palabras entre "simón"(si) y "mona"(hermosa-simpática) como sarcasmo de su no-belleza y mal humor.

SIMONA LA BRUJA

La bruja Simona es la madre adoptiva de un niño zombi y esposa de un Conde vampiro, que se vale de hechizos para cumplir sus tareas de madre y viajar por lugares remotos y realizar trabajos para los peores tiranos de la región. Es una criatura enérgica, llena de poder y muy misteriosa.



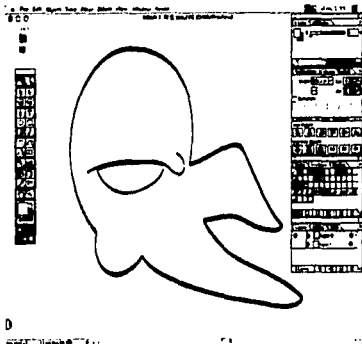
Bocetos a lápiz



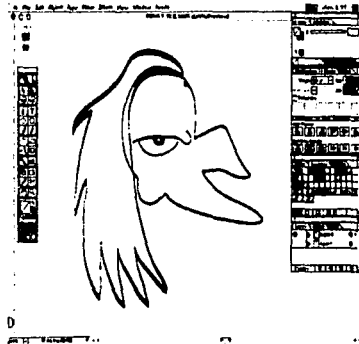
Se muestran los bocetos hechos a lápiz para la creación de la bruja Simona, cuya propuesta aprobada por la **Teclit@** es la tercera.



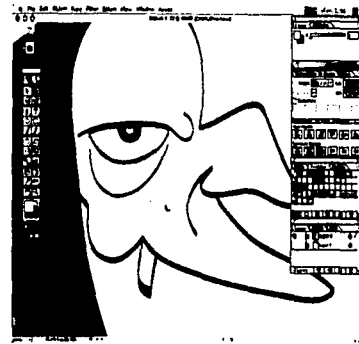
Trazo de *la bruja Simona* en Illustrator 9.0



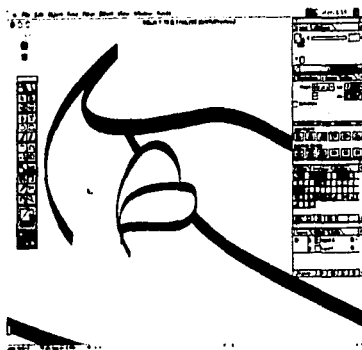
Aquí el primer trazo es el del ojo y posteriormente la forma de la cabeza empleando la herramienta de pincel y fusionando figuras.



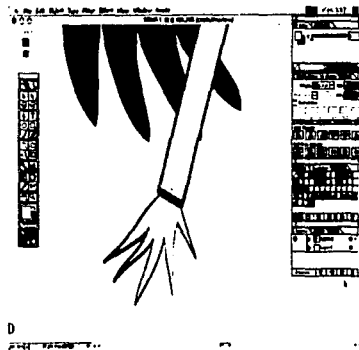
Se traza el cabello y se ajusta a la cabeza manejando los nodos, posteriormente se le da un relleno de color negro.



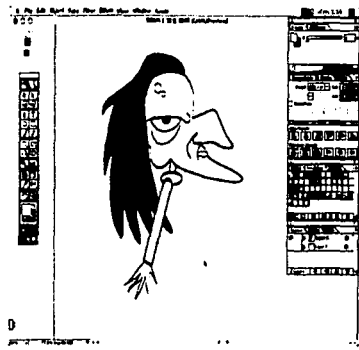
Se dibuja las bolsas de los ojos, las cuales le dan mayor expresión a la mirada de la bruja.



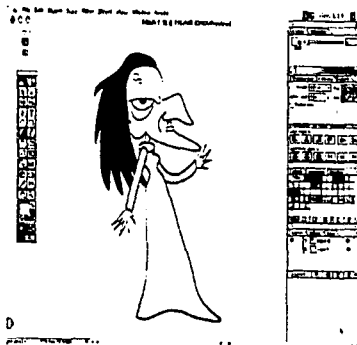
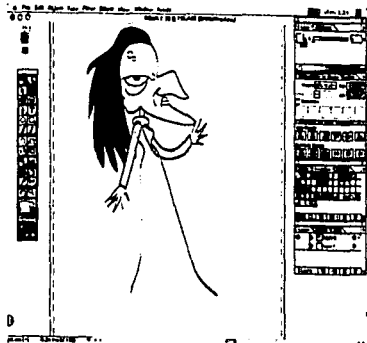
Trazo de la boca, la cuál se traza con la herramienta de plumilla y se ajustan los nodos de la figura. Se continúa con el cuello y se agrupa la cabeza completa como un elemento independiente.



El brazo es trazado y agrupado junto con la mano, y se colocan por delante de la cabeza.



Hasta aquí se revisan los trazos realizados del dibujo digital.



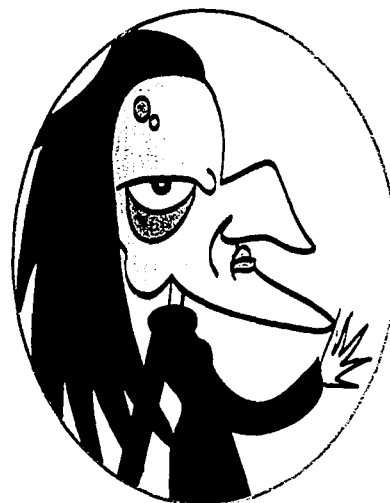
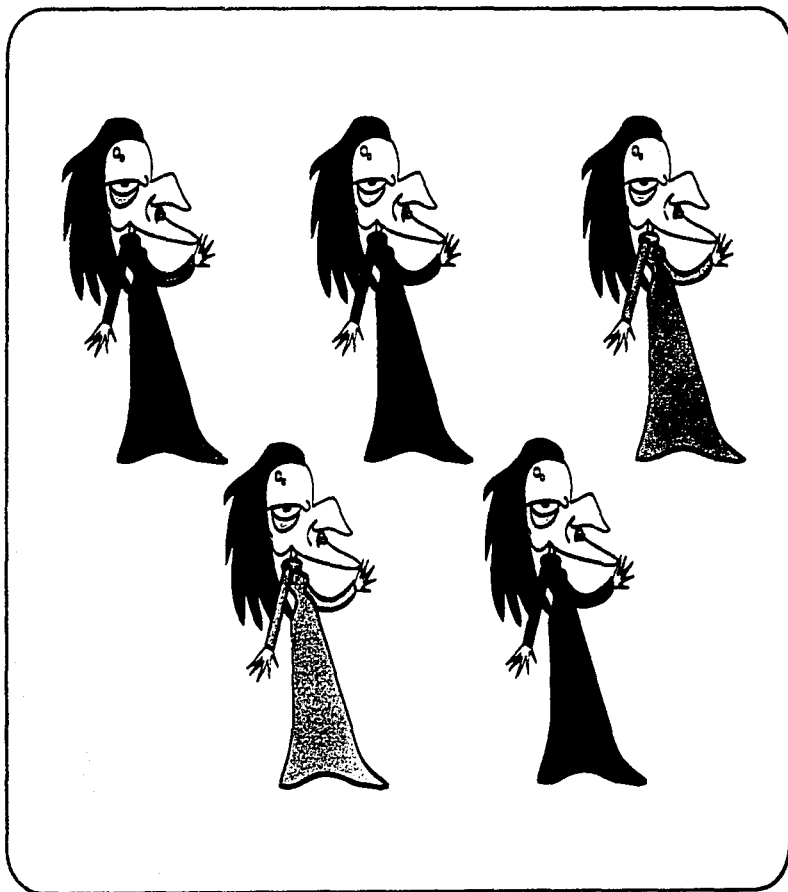
Finalmente se traza el segundo brazo y su vestido. se agrupan cada uno y se aplica relleno en blanco y negro.



Este es el dibujo digital de la bruja para pasar a sus pruebas de color

Prueba de color

Simona es una bruja con grandes poderes, una criatura que no le gusta la belleza del hombre convencional, es extravagante, oscura, misteriosa, con don de mando y mal humor. Las propuestas de color son las siguientes:

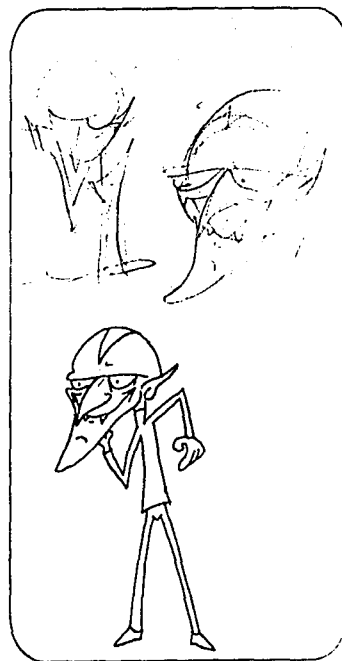


Del análisis de contraste y armonía del color del personaje frente a sus familiares, la última propuesta es la aprobada, ya que su color verde de piel es considerado como un matiz de transición y comunicación entre los dos grandes grupos de colores: cálidos y fríos. Según el estudio de color analizado dice que además representa inmortalidad y sugiere impulso y deseo de ocultar y poseer; además de significar enfermedad en la piel. Su vestido nos representa madurez, seguridad, fuerza, sensualidad, dominación y tiranía pues es una mezcla del rojo con negro (13).



La bruja Simona

El tercer personaje de esta sección se representará por la figura de un Noble vampiro el cual es muy pícaro y sólo piensa en encontrar víctimas humanas para convertirlas en vampiros, junto con su familia de monstruos recorre tierras muy lejanas para encontrar más señuelos a los cuales seduce y después traiciona. Es un ser impulsivo y de gran poder de persuasión su carisma ha atrapado hasta a la bruja Simona.



Primeros trazos para visualizar las características del personaje.



El abate Calmet, asiduo divulgador de la temática vampírica. Un **vampiro** es un muerto que regresa de la tumba para sustraer a los vivos la sangre que necesita para otorgar una apariencia de vida física a su cuerpo; quienes mueren a manos de un vampiro, se convierten en vampiros a su vez. Cuando se tiene ya sospecha de que un difunto es un vampiro, responsable de la muerte de otras personas, se abre su tumba; si el cadáver aparece incorrupto, las uñas y el pelo le han crecido después de la muerte, tiene un color rosáceo saludable y rastros de sangre junto a la boca, estamos ante un caso de vampirismo; entonces se le clava una estaca en el corazón, o bien se le corta la cabeza, para interrumpir definitivamente su actividad. Explotado por el cine a partir del éxito literario del libro de Bram Stoker *Drácula el vampiro*, este tema se ha hecho muy popular, bien que con numerosas variantes noveladas, ausentes en el núcleo verdadero del mito (como el hecho de que el monstruo sea un noble, el crecimiento anormal de los colmillos, la transformación en murciélago y así sucesivamente). En rigor, la historia del vampiro tiene una exacta localización histórica y geográfica, situándose entre los siglos XVII y XVIII en los países de Europa oriental (principalmente Alemania, Hungría, Polonia, Checoslovaquia y Rumania), en los que, en aquel período, se constató una auténtica "epidemia vampírica", que dio gran popularidad al tema, llegándose a debatir en sedes científicas. El nombre vampiro no aparece antes del siglo XVIII y tiene unos orígenes sin duda eslavos. No obstante, la etimología exacta es incierta; según algunos derivaría del turco *uber*, bruja, que en las lenguas eslavas se transforma en *upier* (Polonia), *vampir* (Serbia), *Vopir* (Rusia) (14).

Nombre y características de personalidad.

CONDE CHUPON CONDE COLMILLO CONDE MARTIRIO CONDE NADON

El Conde Nadón es el nombre escogido por la Teclit@ pues este da el sentido de picardía y seducción de este condenado vampiro.

EL CONDE NADON

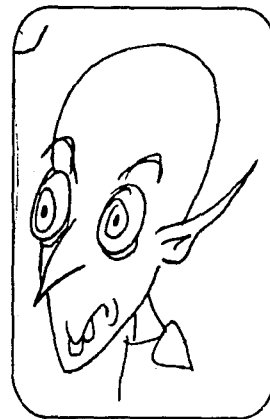
Este vampiro seductor y pícaro forma parte de esta familia extravagante de monstruos cuentacuentos. Aunque es un ser frío porque está muerto, su personalidad es cálida y mágica. Toda su seducción es un ritual para apoderarse de su víctima y beber su sangre para poder mantener ese humor negro. Le gusta la guasa y el chascarrillo sangrón.



Esta es una variante más de la figura del vampiro llamada nosferat (Rumania). Es el vampiro rumano; se produce al nacer muerto un hijo ilegítimo de padres también ilegítimos. Apenas enterrado, sale de la tumba para no volver a entrar más en ella, e importuna a los seres de sexo opuesto al suyo en forma de gato, de perro negro o de insecto. Le gusta agotar a su víctima con excesos sexuales, hasta a la muerte. Si se trata de un nosferat masculino, es capaz de fecundar a las posibles víctimas femeninas, que antes de morir darán a luz niños horriblemente cubiertos de pelo por todo el cuerpo.

Además **Nosferatu** es el título de la primera película de vampiros (1922), del director F. W. Murnau, saboteada por la viuda de Bram Stoker. Aunque es una propuesta original, no contiene las características de un vampiro con las cuales el usuario pueda reconocerlo(15).

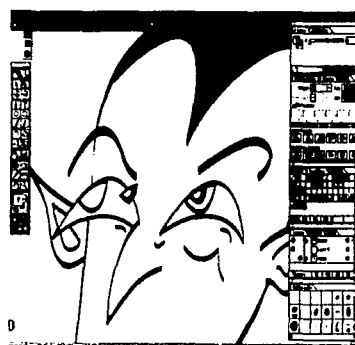
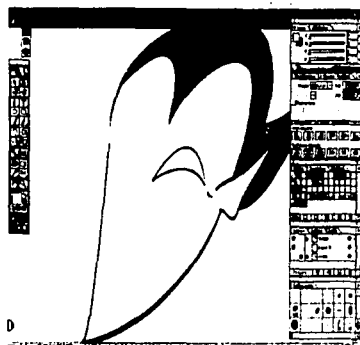
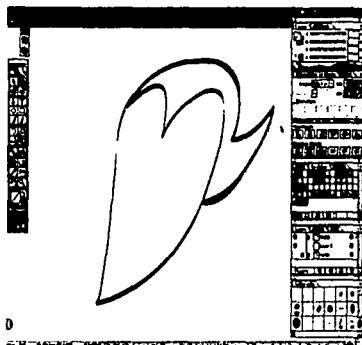
Bocetos a lápiz



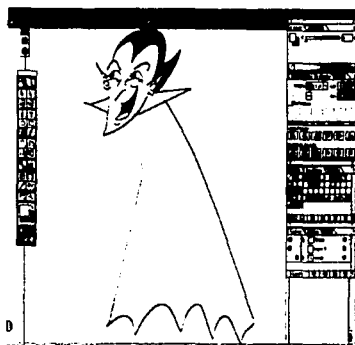
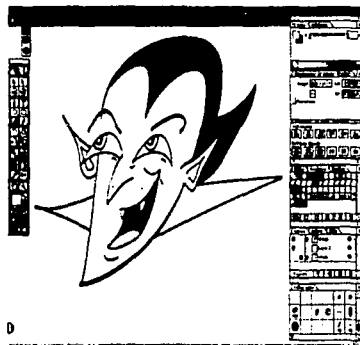
Se muestran los bocetos hechos a lápiz para la creación del Conde Nadón, cuya propuesta aprobada por la **Tecfit@** es la tercera, ya que su expresión pícaro es la requerida.



Trazo de **El Conde Nadón** en Illustrator 9.0



Trazo de la cabeza del Conde Nadón: primero se realiza la cabeza y el cabello; se trazan las orejas de vampiro y un ojo con la herramienta de la plumilla. A continuación se duplican figuras como las cejas y ojos y se trazan los elementos restantes como nariz y líneas de expresión.



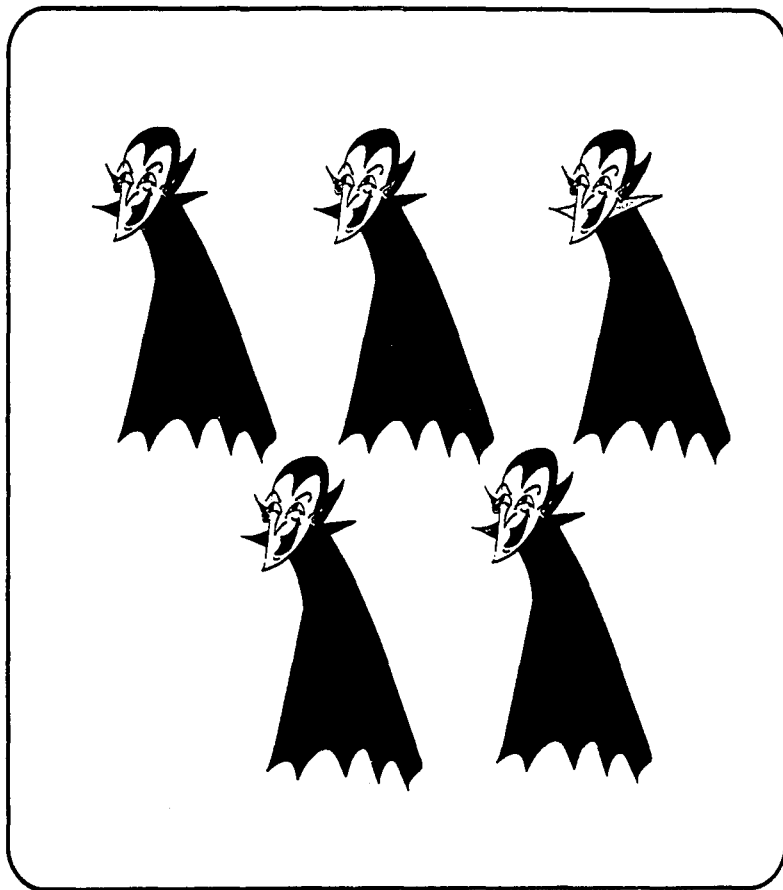
Se continua con la boca, la cual contiene colmillos y lengua. Ya dibujada la cabeza se agrupa y se comienza con el cuello de la capa; la cual oculta las extremidades del Conde para dar mayor misterio al personaje



Este es la ilustración digital del Conde Nadón para pasar a sus pruebas de color.

Prueba de color

El Conde Nadón es un vampiro y nos debe remitir a un ser con cierta frialdad pues se mantiene "vivo" por la sangre que obtiene de sus víctimas, es extravagante, oscuro, misterioso, poderoso y pertenece a la nobleza, pues es un Conde. Las propuestas de color son las siguientes:



En las pruebas de color de este personaje se contemplaron los significados relativos al misterio, lo mágico, luto y frialdad; siendo el violeta y el púrpura los colores elegidos y variados pues el violeta por ejemplo es utilizado por los chinos como color de luto. Son colores que tienen parte de rojo (cálido) y dan cierta alegría y azul (frío) y por tanto son la mejor opción; reforzada con la piel de color azul que nos da la referencia de una piel fría y su cabello negro(16).



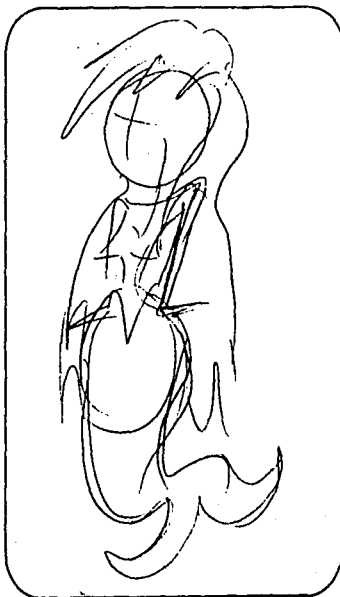
EL CONDE NADON



5.4

ficción

La sección de ficción contiene aquellos cuentos de mundos fantásticos protagonizados por personajes extraordinarios, llenos de cualidades y defectos; a diferencia de las otras dos secciones que son polos opuestos, este espacio está dedicado a la reflexión de las relaciones entre individuos: temas como la amistad o el amor sin importar las diferencias es un tema importante de mostrar a los usuarios, ya que van en contra de la discriminación por raza, religión, hábitos, etc. Por ello las mascotas representan cada uno a seres de mundos distintos. El primer personaje estará basado en la figura de la sirena, pues pertenece a un mundo acuático y es "diferente" también en apariencia. Se vale de la seducción femenina para conocer personajes diversos y si lo cree conveniente puede apropiarse de ellos y por ello nos refiere hacia las primeras inquietudes sexuales del usuario.



Trazo para visualizar las características del personaje.



SIRENA En la acepción adoptada generalmente, este término designa a un ser fantástico con la parte superior del cuerpo de mujer, hermosa y de aspecto agradable, y la parte inferior en forma de cola de pez; se trata de un ser marino, o en cualquier caso acuático, de temperamento malévolo, que explota sus dotes de seducción sexual, mostrando la parte superior del cuerpo, para atraer a jóvenes ignorantes y matarlos arrastrándolos al mar. Ningún otro monstruo ha sido objeto, en el transcurso del tiempo y en el mismo ámbito cultural, de una transformación tan compleja como el mito de la sirena, que ha sido imagen del alma humana, demonio mortal en forma de pájaro y seductora ninfa con cola de pez. El mito de la Sirena nace, bien en ambiente griego o hebreo, como símbolo de la imposibilidad y el peligro de alcanzar un conocimiento total, es decir, una plenitud de vida, si no se está preparado para ello, es decir, iniciado. Posteriormente se produce una traslación de contenido, contemporánea a otra formal. De modo que mientras la forma inicial, derivada de Egipto y fuertemente conectada con el tema de la muerte, que se vuelve colateral, se adecua a una nueva prevalencia de contenido (pez=conocimiento), el propio contenido, en el ámbito cristiano, evoluciona hacia un trasfondo erótico, al que por otra parte la nueva forma puede adecuarse sin esfuerzo (conocimiento=pez=sexo) (17).

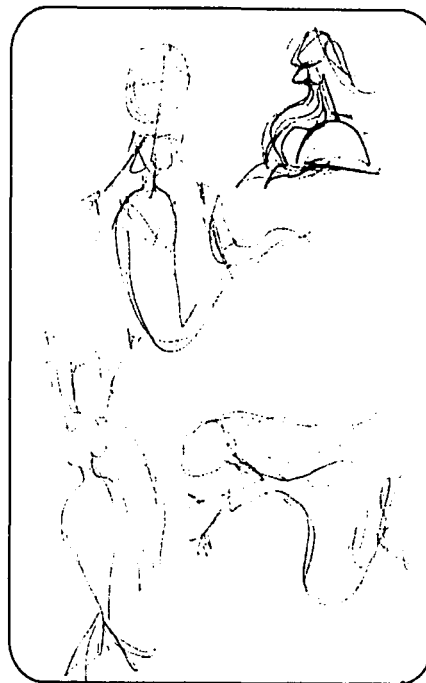
Nombre y características de personalidad.

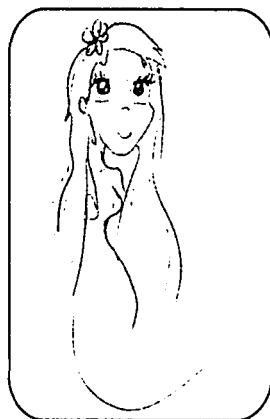
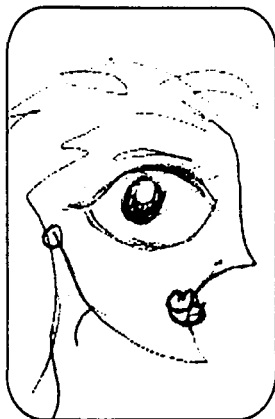
MALENA PERLA KATY KALAMAR MARIANA CORALINA

La sirena **Coralina** es el nombre de esta sirena escogido por el editor de la **teclit.com** pues refiere al hermoso y misterioso coral.

LA SIRENA CORALINA

Es una sirena hermosa que gusta de conocer personajes extraordinarios como ella, aunque puede ser mortal pues es impulsiva y ambiciosa, pues le gusta conocer lo extraño y es capaz de utilizar sus encantos para conseguir lo que quiere. es hermosa y de "mente abierta" pero carece de varias expresiones humanas por eso su personalidad es misteriosa y un tanto hierática.

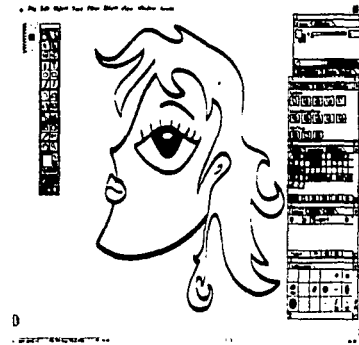
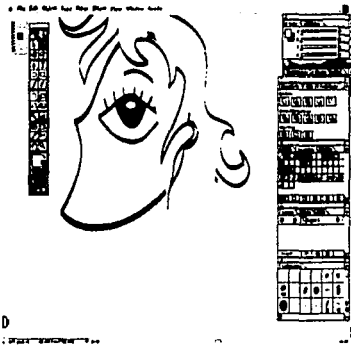
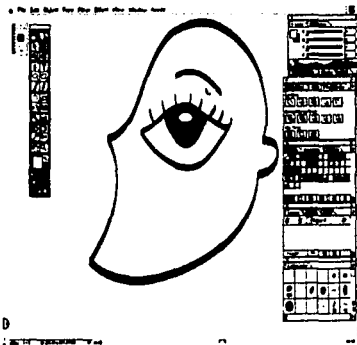


Bocetos a lápiz

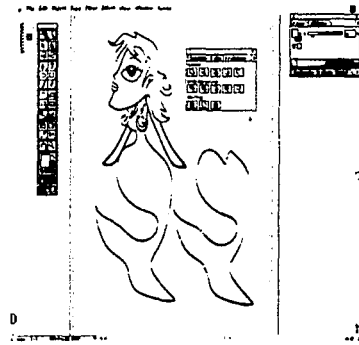
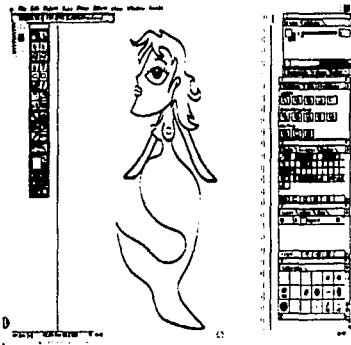
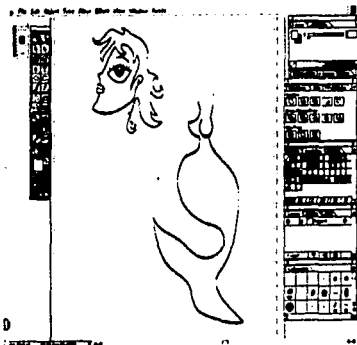
Se muestran los bocetos hechos a lápiz para la creación de la sirena Coralina, cuya propuesta aprobada por la **Teclit@** es la tercera, ya que su expresión mística y trazo sintetizado es lo requerido por el cliente



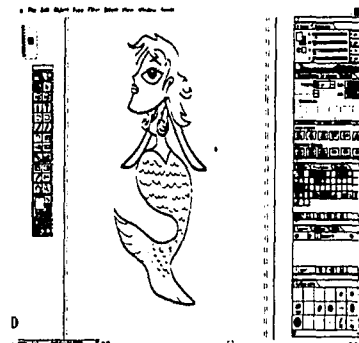
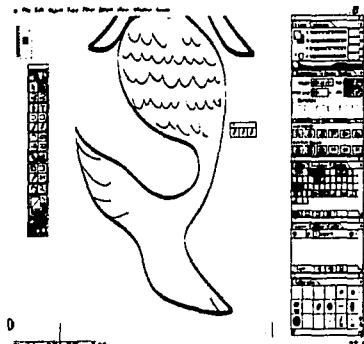
Trazo de *Coralina* en Illustrator 9.0



Este es el trazo de la cabeza de nuestra sirena, la cual contiene referencia a los personajes egipcios por su posición base de perfil y su mirada de frente al espectador, esto es para referir a su característica de personalidad mística y un tanto frívola.



Continuamos con el dibujo del cuerpo y brazos, los cuales son de trazo libre con la herramienta del pincel. Sus brazos son sintetizados para darle referencia a una muñeca, ya que es requerimiento de personalidad y estilo de ilustración. Posteriormente se clona o duplica el cuerpo para realizar el relleno de su cola de pez.



Se realiza una textura de escamas y se agrupan junto con su cola. Terminado el trazo se analiza el aspecto erótico sobre el "destape" de la sirena, pues por características del personalidad y aunque en la figura original del personaje su parte femenina es así, desnuda, uno de los requerimientos de los cuentacuentos es no llamar la atención del usuario por referencias violentas y pornográfica (cuyo término podría interpretarse por los padres del usuario), se decidió mostrar su desnudo de manera sutil sólo mostrando lo que el cabello no tapa.

Teniendo al personaje aprobado se realizarán las pruebas de color.



Prueba de color

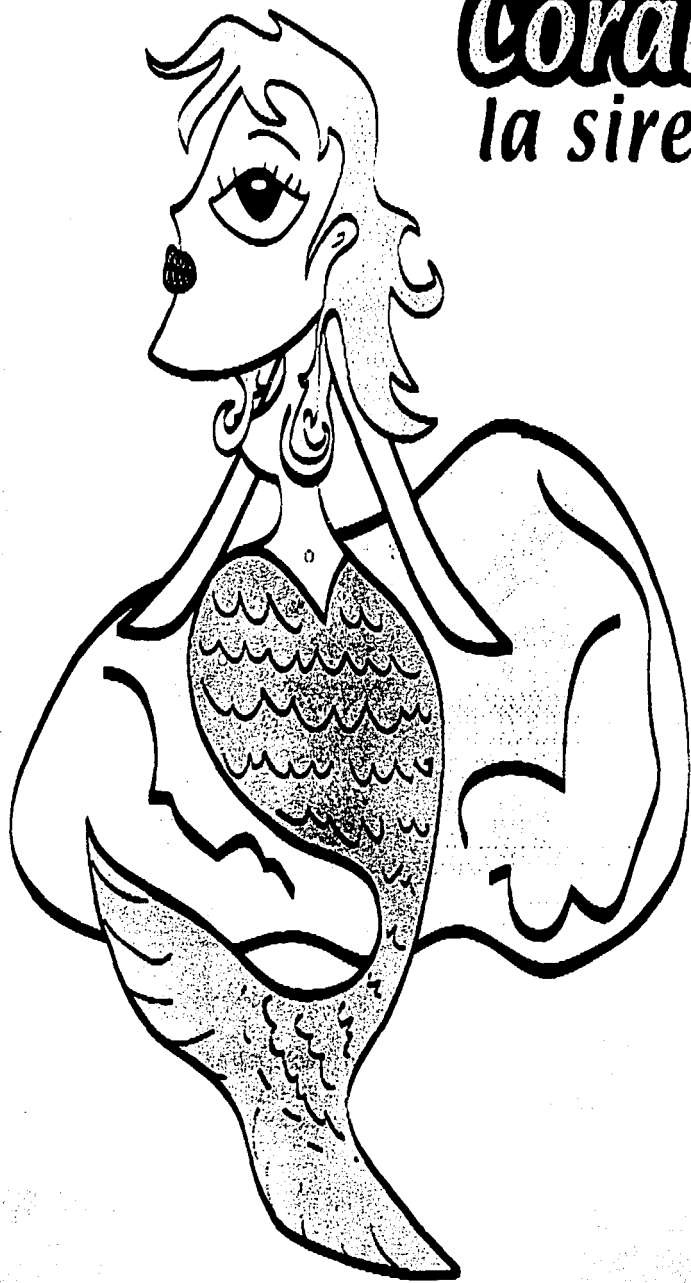
Coralina es una chica-pez llena de energía, luz, esperanza, misterio y aunque no lo parezca, con una gran capacidad de asombro por lo diferente y extraordinario; por esto se quiere reafirmar su mitad humana con un color de piel "normal" (no fantástico) o natural. Las propuestas de color son las siguientes:



Esta es la opción aprobada por La **TecItt.com**: por sus cabellos amarillos, que nos dan referencia a la luz y energía del sol, al placer, alegría y por ser más llamativo; su cola de pez verde nos remite a la esperanza, la naturaleza y juventud, según el estudio de color realizado por Georgina Ortiz (18).

Coralina

la sirenita



La propuesta del nuestro segundo cuentacuentos de esta sección se basa en un ser extraterrestre con similitud a un cangrejo espacial, dotado de gran inteligencia y motivado a viajar por el espacio infinito hacia nuevos planetas a donde llevar sus cuentos recopilados en sus múltiples viajes. Es un ser limitado (al igual que la sirena pues no puede moverse con facilidad por sus extremidades). Este personaje representa aquellos que pueden ser extravagantes o raros pero con un gran carisma y gran corazón



Primeros trazos para visualizar las características del personaje.



EXTRATERRESTRES. La idea de la posibilidad de vida en otros cuerpos celestes es muy antigua. Los primeros filósofos griegos consideraban que las estrellas estaban constituidas como la Tierra y por consiguiente eran, como esta, susceptibles de albergar vida. Una leyenda china habla de un viaje a la Luna del emperador Hsuan Tsung, del siglo VIII. Allí, él y sus dos maestros ven a bordo de nubes o de grullas a los inmortales que van y vienen continuamente, y doncellas vestidas de blanco, que montan fenices igualmente blancos. Según Filolao y Erodoro de Heraclea, escritores pitagóricos, ya que en la luna el día dura quince veces más que el terrestre, los habitantes deben ser por consiguiente quince veces más grandes; añaden también que se trata de seres muy bellos, y que no producen excrementos.(19).

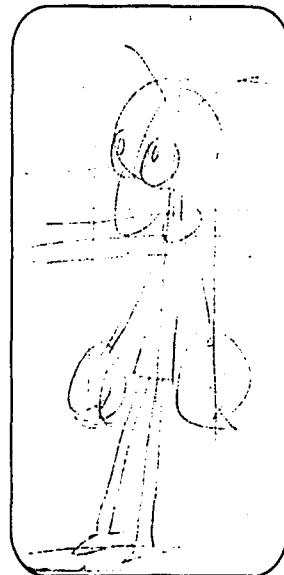
Nombre y características de personalidad.

WAZZUM MALCOX TKIB YCOX CROMUX CALPUL

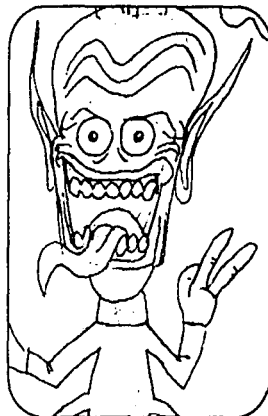
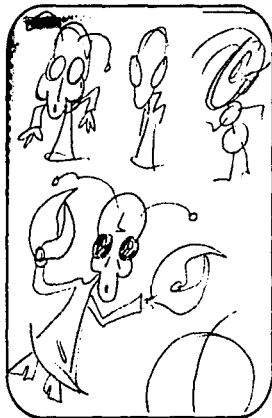
YCOX es el nombre de esta extraterrestre escogido por el editor de la **teclit.com** por ser simple y fácil de recordar.

YCOX

Este extraterrestre pertenece a la galaxia del Cangrejo y viaja por el universo para conocer criaturas fantásticas y recopilar historias de diversos mundos de ficción, es un personaje con tentáculos como pies, tenazas como manos y con antenas receptoras. Tiene una gran capacidad de asombro, es noble, poderes interestelares y trata de ser amigable, pero resulta un tanto extraordinario para las personas que lo ven y por ello huyen de él.



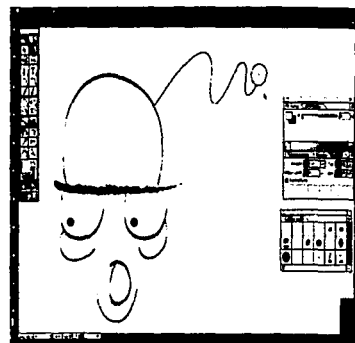
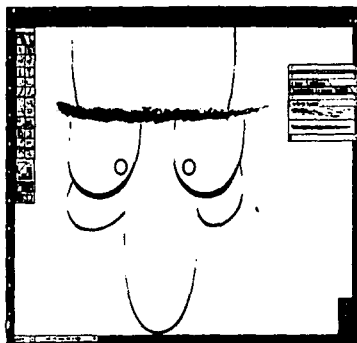
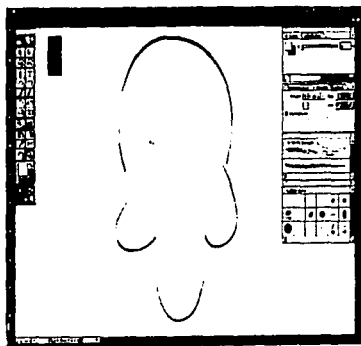
Bocetos a lápiz



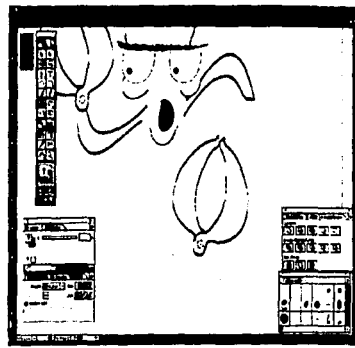
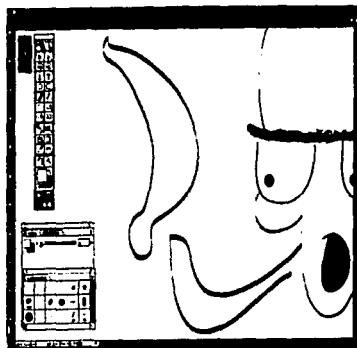
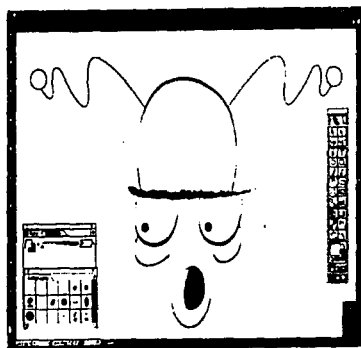
Se muestran los bocetos hechos a lápiz para la creación del marciano YCOX, cuya propuesta aprobada por la Teclit@ es la última, por su forma y actitud



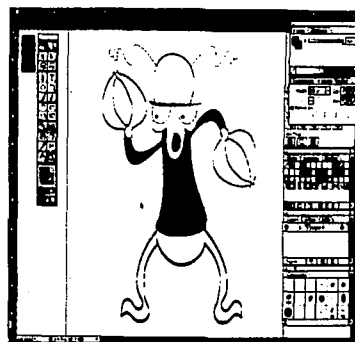
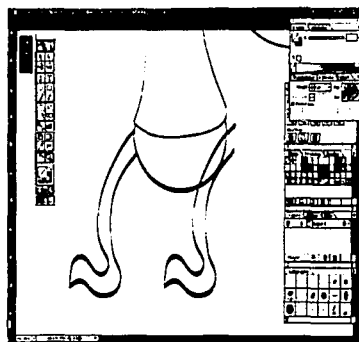
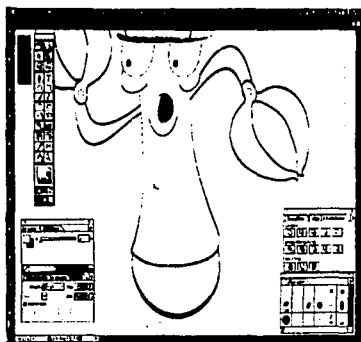
Trazo de **YCOX** en Illustrator 9.0



Se traza la cabeza del extraterrestre fusionando dos figuras independientes, se le da a una línea un efecto de trazo con una paleta de estilos para la ceja continua y se dibujan los ojos dándole un relleno y se traza en su cabeza una antena receptora.



Se coloca la segunda antena duplicada y se comienza por dibujar los brazos y tenazas duplicando y reflejando la figura.

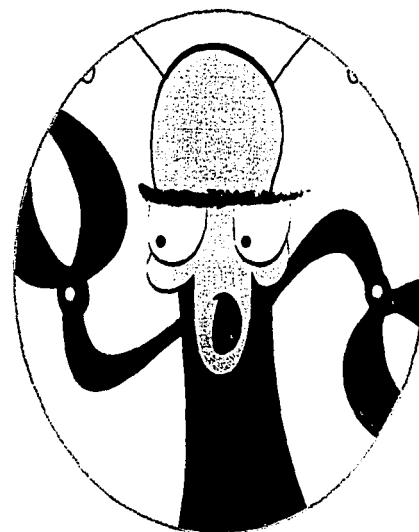
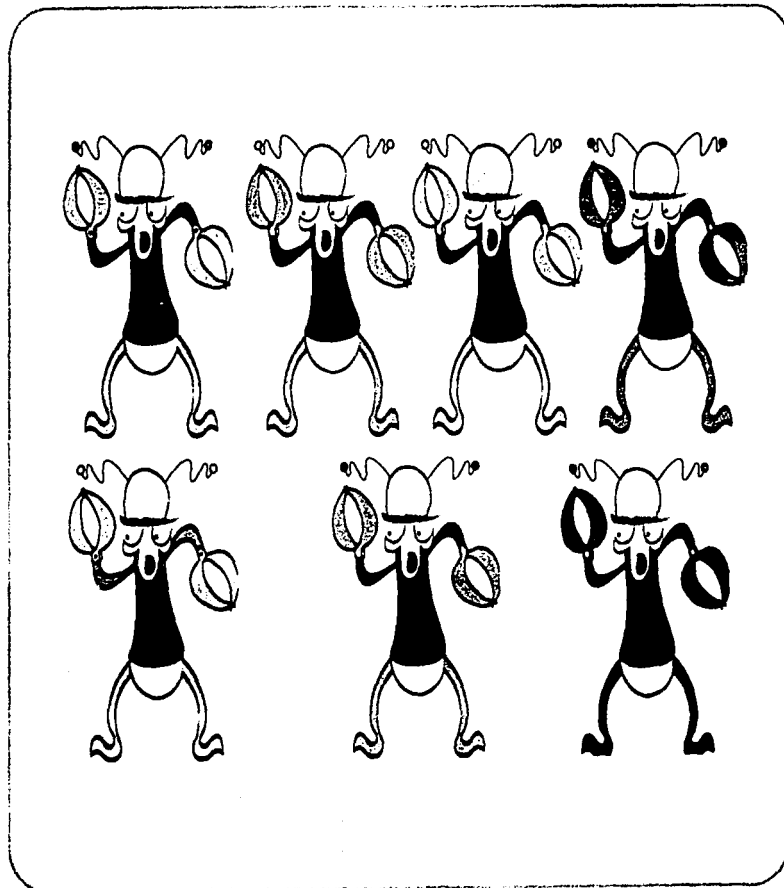


A continuaci3n se realiza su cuerpo y extremidades inferiores, creando una figura que se duplica y refleja a 90°; finalmente se le da un relleno a su ropa en plasta de color negro.



Prueba de color

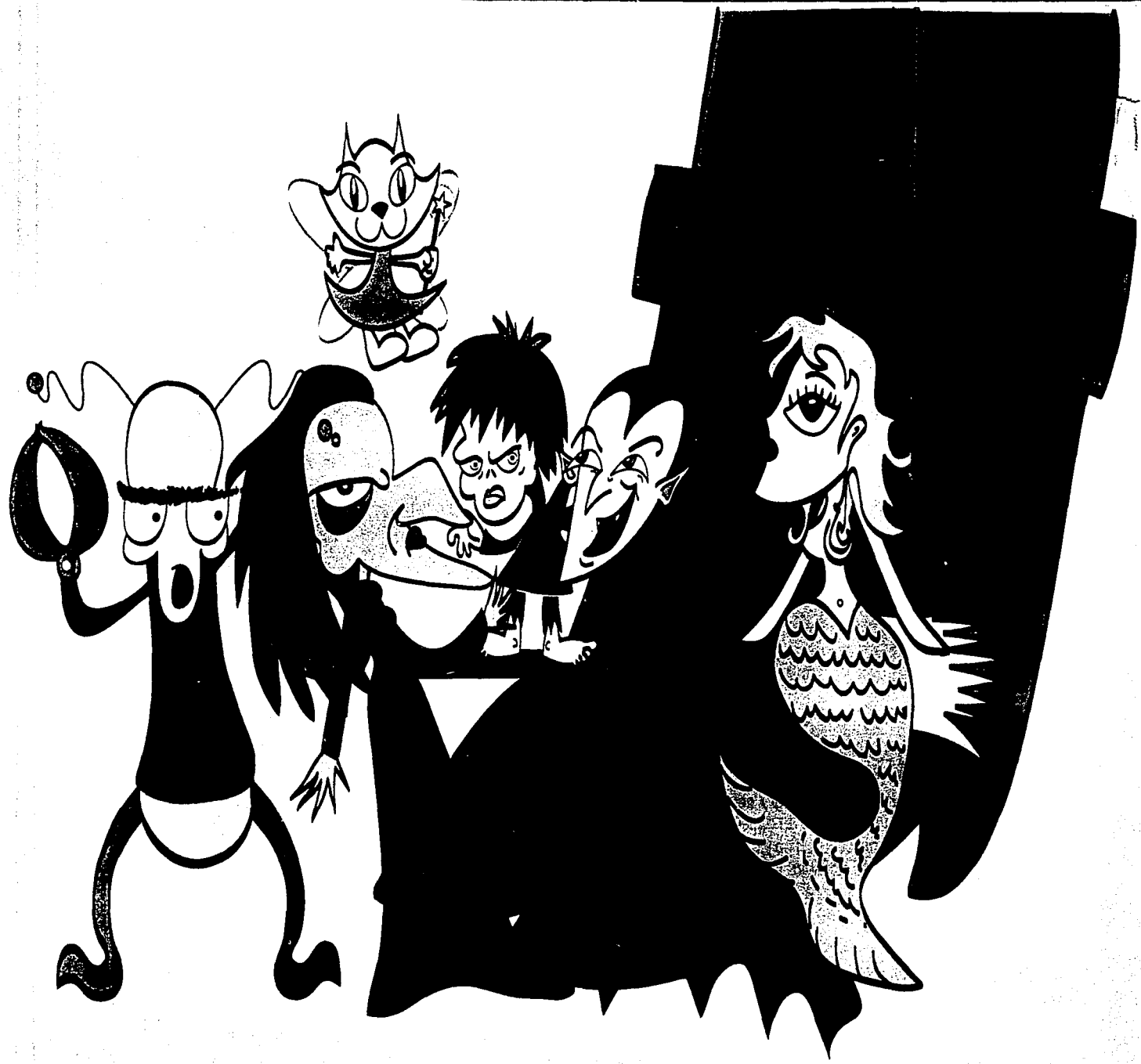
YCOX es un ser extraterrestre de un mundo evolucionado y habitado por una especie de cangrejo-pulpo. Es alegre y contagia su asombro, su energía y determinación. Las propuestas de color son las siguientes:



Esta es la opción seleccionada por contener los colores que más destacan su personalidad radiante, cálida y segura; pues el naranja es un choque cálido que refiere al entusiasmo y determinación. Sus extremidades de color rojo refuerzan estos valores y el negro enmarca y le da significado de misterio, profundidad o vacío como en el espacio exterior(20).



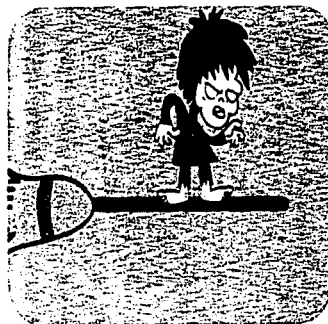
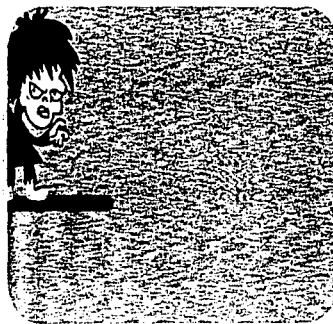
YCOX



5.5 APLICACIONES



La aplicación principal para estos personajes promocionales es el llamar la atención del usuario para que éste se anime a participar dentro del proyecto de la página de la **Teclit@.com**; por ello se realizará con el apoyo profesional de un Ingeniero en programación, una animación en la página principal de la **Teclit@** y dentro de cada sección de cuentos. Por ello era necesario armar cada una de las extremidades y elementos de cada personaje por separado para darle las posturas claves. Esta animación para la página *web* se realizará con un software especializado llamado **Flash** y para subirlo a la *Red* se empleará **Dreamweaver**.



Con las características de personalidad de los cuentacuentos se pueden aplicar para identificar otras secciones de la página web como: música, ecología, talleres, ciencia, etc.

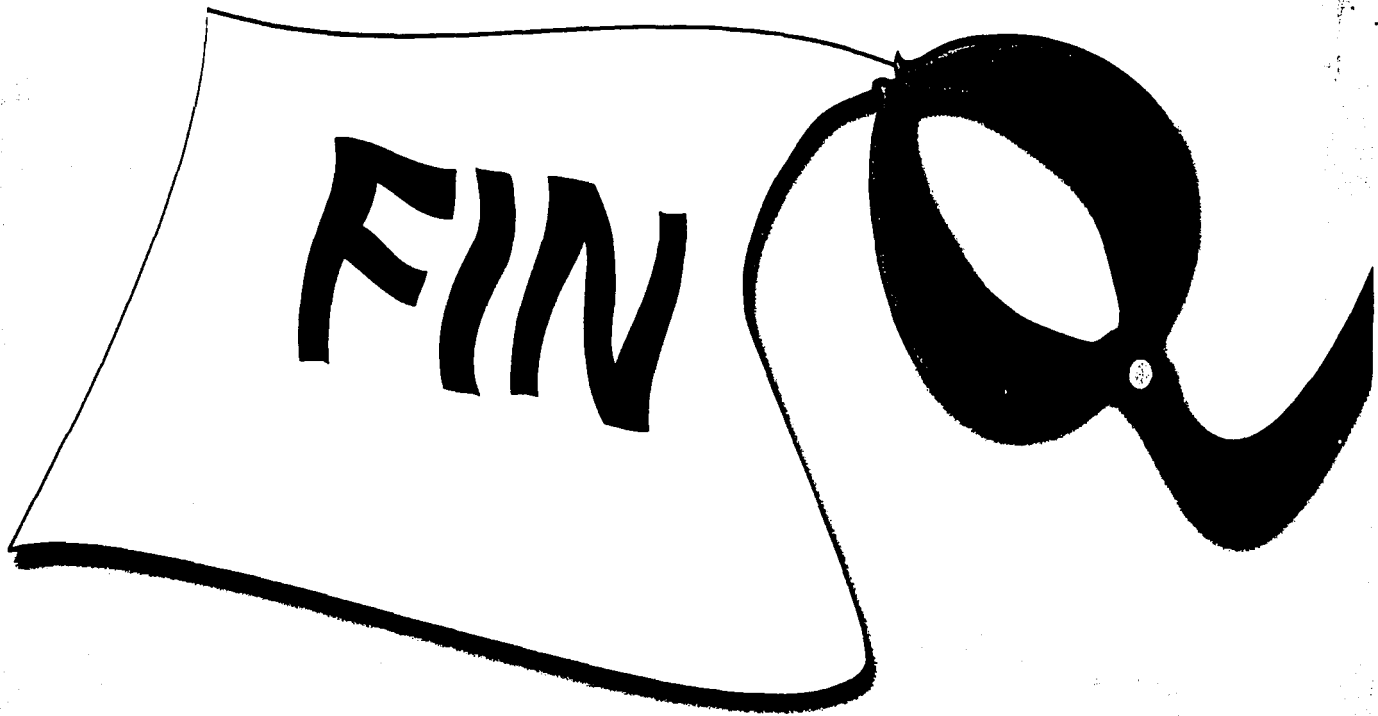


Otras de las aplicaciones consisten en utilizar estos personajes en diversos soportes promocionales como separadores, calcomanías, playeras, *mause pads*, etc. para promocionar la página web. También cada quincena de presentará una historia o cuento breve de estos personajes y más adelante se pretende crear historias multimedias en *CD-Rom*.



CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este trabajo de investigación he reafirmado la importancia de la imagen gráfica como representación de un sinnúmero de ideas y conceptos que el hombre ha tenido que manifestar a lo largo de su evolución. La creación de personajes que encarnan exigencias mentales ligadas a valores constantes de la realidad humana como el amor, la vida, muerte, odio, esperanza. . . constituyen creaciones universales que nos muestran el progreso y perfeccionamiento, no sólo de las técnicas, herramientas y materiales para plasmarlos, sino las nuevas formas de comunicación que están alterando radicalmente nuestra cultura y formas de trabajo. El papel que juega hoy el profesionista de la comunicación visual para solucionar problemas y necesidades de la sociedad para quien trabaja, contribuye enormemente para relacionar a la gente a nivel cultural, económico y social. Por ello, el presente proyecto gráfico pretende vincular al pequeño usuario de internet con los cuentos infantiles, que han sido desde siempre un alimento indispensable para el desarrollo del pensamiento y la imaginación infantil. El hecho de escuchar o leer un relato permite combinar la fantasía y la identificación del niño con la trama, los personajes y, sobre todo, con las imágenes que el relato evoca. Pudiendo contribuir en la sensibilidad del pequeño, la cual refuerza valores de compasión, humanidad y ternura; necesarios en épocas de desigualdad y guerras entre los seres humanos.



citas

capítulo I

1. BLAKE, Reed H. y HAROLDSÉN Edwin. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. Traducción de Leticia Halpein Donghi. México, Nuevo-mar, 1997. p. 3-4.
2. *Ibid* p. 8
3. *Ibid* p. 8-9
4. BERLO, Kenneth David. *El proceso de la comunicación*. Traducción de Silvina González Roura. Buenos Aires, Ateneo, 1973. p. 23
5. BLAKE, Kenneth David, Op. cit. p. 11
6. *Ibidem*
7. *Ibid* p. 12
8. *Ibid* p. 15
9. *Ibid* p. 31
10. *Ibid* p. 29-39
11. *Ibid* p. 39
12. MEGGS, B. Philip. *Historia del Diseño Gráfico*. México, Trillas, 1981. p. 18
13. VIDALES, Delgado Ismael. *Teoría de la Comunicación*. México, Limusa, 1985. p. 14
14. BLAKE, Reed H., Op. Cit. p. 4
15. PRIETO, Daniel. *Estética*. México, ANUIES, 1997. p.84
16. VIDALES, Delgado Ismael, Op. cit. p. 37-40
17. VILLAGRAN, Carlos. "Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación", en *Revista Mexicana de ciencias políticas y sociales*, Nos. 86-87, México URAM, enero-marzo de 1997. pp. 73-84
18. BERLO, Kenneth David, Op. Cit. pp. 83-88
19. SOLANAS, Donoso Jesús. *Diseño, Arte y función*. Barcelona, Salvat, 1985. p. 7
20. DONDIS, Donis A. *La sintaxis de la imagen*. 11ª ed., México, G. Gili, 1992. p. 39
21. *a diseño*, Pérez Iragorri Antonio. *Francisco Santiago* bimestral, México D.F. 64 pgs.
22. VILCHIS, Esquivel Luz del Carmen. *Metodología del diseño*. México. Claves latinoamericanas, 1988. p. 42
23. SOLANAS, Donoso Jesús, Op. cit. p. 12
24. *Ibid* p. 14-15
25. *Ibid* p. 36-37
26. RODRIGUEZ, Morales Luis. *Para una Teoría del diseño*. México, UAM, 1996. p. 27
27. SOLANAS, Donoso Jesús, Op. cit. p.39
28. COSTA, Joan. *Imagen Global*. España, Editorial Gustavo Gili, pp.25-2935.
29. SOLANAS, Donoso Jesús, Op. cit. p.39
30. *Ibid* p. 39
31. ORTIZ, Georgina. *El significado de los colores*. México, Trillas, 1992. p. 66
32. LEVI-STRAUSS, Claude. *El pensamiento salvaje*. México, FCE, 1970. p. 41
33. SCHAFF, Adam. *Introducción a la semiótica*. México, FCE, 1984 p. 187
34. COSTA, Joan, Op. cit. p.18.
35. SOLANAS, Donoso Jesús, Op. cit. p. 41
36. WUCIUS, Wong. *Fundamentos del diseño*. España, G. Gili, 1963. p.42-44
37. DONDIS, Donis A. Op. cit. p.39
38. SOLANAS, Donoso Jesús, Op. cit. p. 9
39. *a diseño*, Pérez Iragorri Antonio. *Francisco Santiago* bimestral, México D.F. 64 pgs.
40. FUENMAYOR, Elena. *Ratón, ratón... Introducción al diseño gráfico asistido por ordenador*. México, Ed. Gustavo Gili, 1996 pp. 12-27

capítulo II

1. RIUS, María. *Texto ilustración*. Año 3, No.18 España, Educación y Biblioteca, 1990, p.22
2. PATIÑO, Maricruz. "Entrevista a Fabricio Vanden Broeck". Lúdicia, México, D.F. Año 1, No. 2, Julio 1998, p.74
3. NAVA, Boucaín Francisco. *La ilustración y el diseño de libros para niño*, tesis, UNAM, 001-00227-N2-1995.
4. MEGGS, B. Philip, Op. cit. p.18
5. *Ibid*. p. 17
6. MÖLLER, Brockmann Josef. "Historia de la comunicación visual". México Gustavo Gili, 1988. p.12
7. *Ibid*. p. 25
8. *Ibid*. p. 37
9. *Ibid*. p. 37
10. MÖLLER, B. Josef, Op.cit. p.17
11. MEGGS, B. Philip, Op.cit. p.48
12. *Ibid*. p. 51
13. MÖLLER, B. Josef, Op.cit. p.19
14. MEGGS, B. Philip, Op.cit. p.60
15. *Ibid*. p. 64
16. *Ibid*. p.52
17. MÖLLER, B. Josef. Op.cit. p.17
18. *Ibidem*
19. VINS, William Mills. "Imagen impresa y conocimiento (*Análisis de la imagen pre-fotográfica*)" España, Editorial Gustavo Gili, pp.25-2935. *Ibid*. p.42
20. *Ibid*. p.21
21. MARTÍNEZ, Rubio, Op.cit. p.21
22. DALLEY, Terence, Op.cit. p.54
23. MARTÍNEZ, Rubio, Op.cit. pp.39-40
24. *Ibid*. p.157
25. *Ibid*. pp.171-172
26. ORTEGA, Cantillo, José Antonio, "Comunicación visual y tecnología educativa". España, Grupo Editorial Universitario, 1997. p.23
27. *Ibidem*
28. SATUÉ, Enric, Op.cit. p.396
29. RIVA-PALACIO, Vicente, *México a través de los siglos*, tomo I, Cumbre, S.A., México, 1981
30. *Ibid*. p.306
31. WESTHEIM, Paul, Op.cit. p.234
32. WESTHEIM, Paul, Op.cit. p.235
33. SATUÉ, Enric, Op.cit. p.402
34. *Ibid*. p.405
35. COYER, Martín. *Como encargar ilustraciones*, primera edición Tr. Eugen, Rosell Miralles. Barcelona, ed. Gustavo Gili, 1944. pp.74-140.
36. GARCÍA, Peñalo y GROSS, Ramón Pequeño. *Larousse ilustrado*. Ediciones Larousse, 1999. p.537
37. *Ibid*. p. 538
38. FUENMAYOR, Elena. Op. cit. p.14
39. *Ibidem* p. 12
40. FUENMAYOR, Elena. Op.cit. p. 27
41. ARNOLD, Eugene. *Técnicas de la ilustración*, Barcelona, L.E.D.A., 1982, p. 128
42. DALLEY, Terence. *Ilustración y diseño gráfico*, guía completa de técnicas y materiales. España, Hermann Blume, 1981. pp.30-220

capítulo III

1. MEGGS, B. Philip, Op. cit. pp.471-473
2. www.latecia.com.mx
3. ORTIZ, Georgina, Op. cit. p. 63
4. DAVIDOFF, Linda L. *Introducción a la psicología*, 3ª ed. México, Mc Graw Hill, 1992. p.145
5. *Ibidem*
6. DAVIDOFF, Linda L. Op. cit. p.147
7. NEISSER, Ulric. *Cognition and reality*. San Francisco, Freeman, 1976 pp.89-92
8. BROADBENT D. E. *Decision and stress*. London, Academic Press, 1971
9. NEISSER, Ulric. Op. cit. pp. 89-92
10. DAVIDOFF, Op. cit. p. 148
11. DAVIDOFF, Op. cit. p. 148
12. BOWER Tom. *El mundo perceptivo del niño*, Madrid, Morata, 1979. p.73
13. *Ibidem*
14. HOCHBERG J., *Pictorial recognition as an unlearned ability*, American Journal of psychology, 1962 p. 624
15. BOWER Tom Op. cit. pp.77-78
16. *Ibid* Op. cit. p. 82
17. DAVIDOFF, Op. cit. p. 149
18. *Ibidem*
19. *Ibidem*
20. *Ibidem*
21. *Ibidem*

capítulo IV

- 1.- BOWER Tom Op. cit. p 82
- 2.- Idem
- 3.- WINNICOTT, *Realidad y Juego* Gedisa, Barcelona, 1990. cap I y VII
- 4.- PIAGET J. *L'Image mentale chez l'enfant*. Presses Universitaires de France, Paris, 1991
- 5.- BOWER Tom Op. cit. p 95
- 6.- IZZI Massimo, *Diccionario Ilustrado de los monstruos*, Alejandría, España, 2000 p. 6
- 7.- Idem.
- 8.- Idem.
- 9.- BETTELHLM B. *The use of enchantment. The meaning and importance of fairy tales*. Vintage Books, N.Y., 1967 p. 37
- 10.- LA FONTANE, *Fábulas*, UTEHA, México, 1949 p.64
- 11.- ELIADE M, *Mito y realidad*, Guadarrama, Madrid, 1968 p.192
- 12.- JUNG C.G. *L'home et ses symboles* Pierre Lafont, Paris, 1964 p. 194
- 13.- ELIADE M, Op. cit. p.85
- 14.- *Ibid*, Op. cit. p.281
- 15.- MACIAS Valdez T.G. *La noción de la muerte* 1998 p.238
- 16.- BOWER Tom Op. cit. p 283
- 17.- *Ibid* Op. cit. p 275
- 18.- Idem
- 19.- *Ibid* Op. cit. p 276
- 20.- Idem
- 21.- Idem
- 22.- Idem
- 19.- IZZI Massimo, Op. cit. pag 5
- 20.- *Ibid* Op. cit. pp 495-496
- 21.- JACOBS Alexa. *La infancia en el cuento de hadas*, Ataguara, México, 2001 pp 10-11
- 22.- Idem
- 23.- *Ibid* Op. cit. p. 52
- 24.- STAVICHANKY Liora, *El monstruo y la sexualidad*, Ataguara, México, 2001 p 28
- 25.- COMA Javier y GUBERN Román *Los cómics en Hollywood*, Plaza & Janes, España, 1988, p 10
- 26.- *Ibid* Op. cit. p 11
- 27.- *Ibid* Op. cit. p 12

capítulo V

1. IZZI Massimo, Op. cit. pag 5
2. LYNCH, Patrick, Principios básicos para sitios web, México, G. GIL, 2000, p. 105
3. *Ibidem*
4. *Ibidem*
5. *Ibidem*
6. ORTIZ Georgina, Op. cit. pp. 84-106
7. IZZI Massimo, Op. cit. p. 203
8. *Ibidem*
9. ORTIZ Georgina, Op. cit. pp. 84-106
10. IZZI Massimo, Op. cit. p. 520
11. ORTIZ Georgina, Op. cit. pp. 84-106
12. *Ibid* Op. cit. p.141
14. IZZI Massimo, Op. cit. p. 442
15. *Ibidem*
16. ORTIZ Georgina, Op. cit. pp. 84-106
17. IZZI Massimo, Op. cit. p. 443
18. ORTIZ Georgina, Op. cit. pp. 84-106
19. IZZI Massimo, Op. cit. p.173
20. ORTIZ Georgina, Op. cit. pp. 84-106

bibliografía

- ARNOLD, Eugene. *Técnicas de la ilustración*. Barcelona, L.E.D.A., 1982.
- BERLO, Kenneth David. *El proceso de la comunicación*. Traducción de Sylvia González Roura. Buenos Aires, Aleneo, 1973.
- BETTELHLM B. *The use of enchantment. The meaning and importance of fairy tales*. Vintage Books, N.Y., 1997.
- BLAKE, Reed H. y HAROLDSEN Edwin. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. Traducción de Leticia Halpeln Dought. México, Nuevo-mar, 1979.
- BOWER Tom. *El mundo perceptivo del niño*. Madrid, Morata, 1978.
- COMA Javier y GUBERN Román *Los cómics en Hollywood*. Plaza & Janes, España, 1988.
- COSTA, Joan. *Imagen Global*. España, Editorial Gustavo Gili
- COYER, Martín. *Como encargar ilustraciones*, primera edición Tr.Eugen, Rosell Miralles. Barcelona, ed. Gustavo Gili, 1944.
- DALLEY, Terence. *Ilustración y diseño gráfico*, guía completa de técnicas y materiales, España, Hermann Blume, 1981.
- DAVIDOFF, Linda L. *Introducción a la psicología*. 3ª ed. México, Mc Graw Hill, 1992.
- DONDIS, Doris A. *La sintaxis de la imagen*. 11ª ed. México, G. Gili, 1992.
- ELIADE M. *Mito y realidad*. Guadarrama, Madrid, 1968.
- FUENMAYOR, Elena. *Ratón, ratón... Introducción al diseño gráfico asistido por ordenador*. México, Ed. Gustavo Gili, 1996.
- GARCIA, Pelajo y GROSS, Ramón Pequeño. *Larousse Ilustrado*. Ediciones Larousse, 1999.
- HOCHBERG J. *Pictorial recognition as an unlearned ability*. American Journal of psychology, 1962.
- IZZI Massimo. *Diccionario Ilustrado de los monstruos*. Alejandría, España, 2000.
- JACOBS Alexa. *La infancia en el cuento de hadas*. Alfaguara, México, 2001.
- JUNG C.G. *L'home et ses symboles*. Pierre Laffont, Paris, 1984.
- LA FONTANE, Fábula, UTEHA, México, 1949.
- LEVI-STRAUSS. Claude. *El pensamiento salvaje*. México, FCE, 1970.
- MACIAS Valdez T.G. *La noción de la muerte* 1996.
- MEEGS, B. Philip. *Historia del Diseño Gráfico*. México, Trillas, 1991.
- MÖLLER, Brockmann Josef. *"Historia de la comunicación visual"*. México Gustavo Gili, 1998.
- NAVA, Bouchaïn Francisco. *La ilustración y el diseño de libros para niños*. tesis. UNAM, 001-00227-N2-1995.
- NEISSER, Ulric. *Cognition and reality*. San Francisco, Freeman, 1976.
- ORTEGA, Camilo, José Antonio. *"Comunicación visual y tecnología educativa"*. España, Grupo Editorial Universitario, 1997.
- ORTIZ, Georgina. *El significado de los colores*. México, Trillas, 1992.
- PATINO, Marlenuz. *"Entrevista a Fabricio Vanden Broeck"*. Lúdica, México, D.F. Año 1, No. 2, Julio 1998.
- PIAGET J. *L'image mentale chez l'enfant*. Presses Universitaires de France. Paris, 1991.
- PRIETO, Daniel. *Estética*. México, ANUIES, 1997.
- SCHAFF, Adam. *Introducción a la semiótica*. México, FCE, 1984.
- STAVICHANKY Lora. *El monstruo y la sexualidad*. Alfaguara, México, 2001.
- RIUS, María. *Texto Ilustración*. Año 3, No.18 España, Educación y Biblioteca, 1990.
- RIVA-PALACIO, Vicente. *México a través de los siglos*, tomo I, Cumbre, S.A., México, 1981.
- RODRIGUEZ, Morales Luis. *Para una Teoría del diseño*. México, UAM, 1996.
- VILCHIS, Esquivel Luz del Carmen. *Metodología del diseño*. México
- VELLAGRAN, Carlos. *Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación*, en *Revista Mexicana de ciencias políticas y sociales*, Nos. 86-87, México UNAM, enero-marzo de 1997.
- VINS, William Miles. *"Imagen impresa y conocimiento (Análisis de la imagen pre-fotográfica)"*. España, Editorial Gustavo Gili, 1997.
- WINNICOTT, *Realidad y juego*. Gedisa, Barcelona, 1990.
- WUCIUS, Wong. *Fundamentos del diseño*. España, G. Gili, 1993.