



Autorizó a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impresos el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Claudia Patricia Licea Vélez

FECHA: 20 mayo 2005

FIRMA: Claudia Patricia V.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

" El misterioso tambor de Angakok "

(Del diseño editorial al lenguaje audiovisual, diseño e ilustración de un cuento infantil).

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

Presenta
Claudia Patricia Licea Vélez

Director de tesis. Profr. Lic. Juan Carlos Mercado A.



m. 344350

México, D.F., 2005

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A
mi mamá y mi hermana por apoyarme en el camino,
la UNAM por ser mi alma mater,
JuanK por ser mi maestro y amigo.



Agradecimientos

Agradezco el apoyo de Carlos Venegas y Adriana Molina por la voz y la edición de la música para el disco compacto. A Mily Kotierk, Emily Karpik y David Joanase por toda la información proporcionada. A Rogelio. Créditos de las imágenes utilizadas: Michael Peters, Katherine McCoy, Paul Ibou, Félix Beltrán, Ivan chermayeff, Rafael López Castro, Luis Almeida, León Sahagón, Fabricio Vanden Broeck, Paulina Reyes, Magda González, Adrián Rubio, Ricardo Radosch, Chris Van Allsburg, Mauricio Gómez Morín, Michael Grejniec, Mesling, Clément, Errol le Cain, Ken Cato, Wucius Wong, Ian Falconer, Susanne Janssen, Carmen Cardemil, Ponce, Francisco Nava Bouchain, Dan Reisinger. Créditos por la música utilizada: Grupo Mexicano de Arte y Cultura S.A. de C.V., Grupo Soul Eternity, Virgin Records y el grupo The Fearsome Brave

INTRODUCCIÓN...5

PRIMERA PARTE

Lenguaje, comunicación y diseño...7

1.1 El lenguaje como base de la comunicación...9

- 1.1.1 Lenguaje visual, signo visual y percepción visual...12
- 1.1.2 Conceptos sobre la percepción visual...13
- 1.1.3 Lenguaje sonoro, signo sonoro y percepción sonora...16
- 1.1.4 Movimiento, velocidad perceptiva y tiempo...18

1.2 Algunas reflexiones sobre el diseño gráfico...19

- 1.2.1 ¿Pero cómo surge el diseño gráfico? ¿Cuál es su función?...20
- 1.2.2 Eficacia y deducción...26
- 1.2.3 El buen diseño...27
- 1.2.4 El proceso de diseño gráfico en tres etapas...29
 - Pre-producción, Producción y Post-producción
- 1.2.4.1 Niveles del mensaje visual: representación, simbolismo y abstracción...30
- 1.2.5 Estilo...33
- 1.2.6 La tecnología al servicio del diseño...35

1.3 Composición...36

- 1.3.1 Composición visual: categorías formales y técnicas visuales...37
- 1.3.2 Composición musical...44

1.4 El color en el diseño gráfico...45

- 1.4.1 El sólido del color...46
- 1.4.2 Cromosíntesis aditiva...47
- 1.4.3 Cromosíntesis sustractiva...47

Conclusiones de la primera parte...49

SEGUNDA PARTE

La ilustración, el diseño editorial y los medios audiovisuales...51

2.1 La ilustración...52

- 2.1.1 El objetivo de la ilustración. Su función social...54
- 2.1.2 La ilustración como proceso creativo...57
- 2.1.3 Ilustrando, comunicando, expresando...59
- 2.1.4 El diseñador gráfico que ilustra o el ilustrador que diseña...60
- 2.1.5 La ilustración en el proceso editorial...61
- 2.1.6 La ilustración de autor y las otras ilustraciones...64
- 2.1.7 La importancia de la ilustración en los libros infantiles como concepto de diseño...66
- 2.1.8 Técnicas de ilustración...68
 - 2.1.8.1 El lápiz de grafito...69
 - 2.1.8.2 El lápiz de color...70
 - 2.1.8.3 El gis pastel...71
 - 2.1.8.4 Acrílico...71

2.2 Diseño editorial. De la imprenta al disco compacto...72

- 2.2.1 El diseño editorial como disciplina creativa...75
- 2.2.2 Libro...78
- 2.2.3 Libro infantil...79
- 2.2.4 Concepto, impacto visual y legibilidad...80
- 2.2.5 El diseño de un libro. La organización del espacio-formato...82
 - 2.2.5.1 Diagramación. Construcción de la retícula...83
 - 2.2.5.2 Organización del texto y las imágenes...86
 - 2.2.5.3 Acabados...88
- 2.2.6 El disco compacto...90

2.3 Medios audiovisuales...91

- 2.3.1 El lenguaje audiovisual...93
- 2.3.2 El medio audiovisual...94
- 2.3.3 El valor añadido...96
- 2.3.4 Elementos del mensaje audiovisual...98
 - 2.3.4.1 La voz...99



- 2.3.4.2 La música...100
- 2.3.4.3 El silencio...101
- 2.3.4.4 In-out / A cuadro y fuera de cuadro...101
- 2.3.4.5 Sonido ambiente...102
- 2.3.4.6 Sonido interno...102
- 2.3.4.7 Sonido on the air...102
- 2.3.4.8 Sincronía...103
- 2.3.4.9 Secuencia audiovisual...104
- 2.3.5 La pre producción...104
- 2.3.6 El guión...105
- 2.3.7 La producción...106
- 2.3.8 Elaboración de imágenes...106
- 2.3.9 Grabación de sonido...107
- 2.3.10 Edición y reproducción...108
- 2.3.11 Transferencia de un texto a un medio audiovisual...108

Conclusiones de la segunda parte...109

TERCERA PARTE

La cultura infantil...111

- 3.1 La percepción de los niños...113
- 3.2 La creatividad y la fantasía de los niños...115
- 3.3 La importancia del cuento narrado en el aprendizaje del niño...116
- 3.4 Diferencia entre mito y cuento...117
- 3.5 El cuento narrado, el cuento ilustrado y el cuento ilustrativamente narrado...119

Conclusiones de la tercera parte...120



CUARTA PARTE

Propuesta. Diseño e ilustración del cuento "El misterioso tambor de Angakok"

Pre producción

- 4.1 Audiolibro. Definición del soporte...123
- 4.2 Contexto socioeconómico, ubicación geográfica, costumbres y mitología esquimales...125
- 4.3 Criterios visuales: formales, tipográficos y cromáticos...141
 - 4.3.1 Procesos de bocetaje I y II...141
 - 4.3.2 Proceso de bocetaje III y propuesta final...151
- 4.4 Guión literario...151
- 4.5 Portada y contraportada
- 4.6 2a. y 3a. de forros...158
- 4.7 Portadilla y colofón...160
- 4.8 Ilustraciones interiores...162
- 4.9 Caracterización...178
- 4.10 Guión técnico. Storyboard...178

Producción

- 4.11 Elaboración de ilustraciones...183
- 4.12 Criterios sonoros...184
- 4.13 Grabación de sonido...184

Post producción

- 4.14 Edición...185

Conclusiones

Bibliografía

Agradecimientos



INTRODUCCIÓN ● ● ●

La comunicación humana se manifiesta de diversas maneras, dentro de las cuales surgen la comunicación visual, gestual, escrita, entre otras. El medio que nos atañe en este trabajo es la comunicación audiovisual, estudiando dos áreas de conocimiento, la visual y la sonora.

Como profesionales del diseño gráfico generaremos un soporte que interactuará con el lenguaje visual y sonoro, formando una propuesta audiovisual.

Esta propuesta de audiolibro llamada El misterioso tambor de Angakok se presenta en el actual documento mediante el estudio, la definición y la aplicación de criterios formales, cromáticos, icónicos y sonoros que harán de nuestro soporte un producto multimedia. ¿Por qué multimedia?, porque el cuento ilustrado (ilustración y diseño editorial) interactúa con un disco compacto con la narración (el texto), la música y demás elementos sonoros como algunos efectos que hacen más integral nuestra propuesta.

Después de una evaluación de usuarios y hacerle una prueba a niños de entre 1 y 12 años, se observó que los mejores receptores para nuestro producto son los niños entre los 7 y los 12 años por su capacidad de abstracción e imaginación; una de las tantas razones por las cuales se eligieron los criterios que presentaremos a continuación.

La metodología aplicada a este documento es deductiva y se desarrolla en cuatro capítulos que encierran todo el contenido

teórico, práctico y conceptual de la propuesta. En la primera parte llamada *Lenguaje, comunicación y diseño* se aborda el tema de la comunicación, por consiguiente del lenguaje, del código, del signo y de la percepción visual y sonora, además de reflexionar sobre el diseño gráfico como profesión. En el ámbito del diseño gráfico, se muestra una recopilación de testimonios de opinión de diferentes diseñadores reconocidos, que nos sirvieron como un marco referencial para nuestra propuesta. Ampliamos este marco general con el tema de la composición y del uso del color.

En la segunda parte, *La ilustración, el diseño editorial y los medios audiovisuales* contextualizamos nuestro marco referencial ubicándolo en las disciplinas creativas que nos interesan, con la nueva recopilación de testimonios de algunos ilustradores, así como de diseñadores gráficos especializados en el diseño editorial, además de la definición de una serie de criterios formales que nos sirven como fundamento teórico para el audiolibro; incluyendo los aspectos básicos de cualquier soporte audiovisual; la sincronía, la secuencia audiovisual y el valor añadido.

En la tercera parte, *La cultura infantil*, comentamos sobre la creatividad y la fantasía de los niños, además de exponer brevemente el modelo de Jean Piaget sobre el desarrollo infantil, cuestiones todas que nos sirven como una evaluación de nuestros principales receptores, los niños y los motivos por los que aquellos de 6/7 a 12 años de edad perciben en su totalidad el soporte.

En la cuarta parte, *El misterioso tambor de Angakok*, desarrollamos nuestro soporte como propuesta final del documento, incluyendo los procesos de bocetaje y las ilustraciones finales, así como la diagramación y procesos de grabación y edición del disco compacto. Al final de cada capítulo encontraremos las conclusiones del capítulo a manera de conector entre una parte y otra.

Para poder internarnos en el terreno del diseño gráfico, disciplina que ejercemos, exploramos en primer lugar el proceso de comunicación, por consiguiente del lenguaje, del código y de los signos. Gracias a que nuestra propuesta es audiovisual mostramos entonces un breve marco de referencia del lenguaje y el signo, visual y sonoro, haciendo un conectivo al proceso de percepción visual y sonora.

Posteriormente hacemos una breve recopilación de opiniones de diseñadores gráficos prestigiosos, para ir conformándonos un criterio respecto a la función del diseño gráfico, acción que nos ayudará a inducir conceptos teóricos en nuestra propuesta. Después haremos el conectivo entre el proceso de comunicación y el diseño gráfico, apoyándonos en el modelo de Daniel Prieto Castillo, en su texto *Diseño y Comunicación* sobre los procesos creativos.

Este análisis nos ayudará a estudiar en la segunda parte del documento la función de la ilustración, del diseño editorial y de los medios audiovisuales, para acercarnos cada vez más a la propuesta, en donde se retomarán conceptos mencionados en estas dos primeras partes, que la justifican tanto teórica como formalmente.

1.1 El lenguaje como base de la comunicación

El lenguaje es la base de la comunicación, es una característica humana y una de las más importantes en el proceso cultural del ser humano. «Para que la comunicación sea eficaz, los individuos deben compartir ciertos conocimientos. En el lenguaje hablado, el primero de estos conocimientos es, desde luego, el idioma»¹. Surgió como una respuesta al medio ambiente compartido y al deseo de comunicar. Esto quiere decir que gracias al lenguaje el hombre se comunica, dependiendo el tipo de lenguaje, ya sea verbal, gráfico o auditivo (sonoro) será el tipo de comunicación. Una de sus características principales es que es sistemático, es decir, utiliza una variedad de elementos que por reglas o leyes, determinadas por el hombre, se estructura, organiza y articula para dar un mensaje deseado. Como ejemplo el lenguaje verbal, ordena sonidos que a su vez conformarán palabras con un significado compartido entre los integrantes de un grupo o sociedad, significados generados y compartidos por el contexto cultural y las relaciones interpersonales. El lenguaje gestual, a su vez, relaciona gestos con diferentes estados de ánimo o como sustitución de la palabras dependiendo del contexto, país o localidad.

Entonces el lenguaje es un sistema que utiliza un código (reglas o leyes de estructuración) que articula y organiza elementos (signos) para emitir un mensaje. La manera en que se estructuran estos signos mediante un código es determinada por la cultura, convenciones y relaciones interpersonales del grupo que use ese lenguaje. Para Ferdinand de Saussure por

¹ Perfecti, (Justo-priet, 1994). *Guía completa de la tipografía*. España. Ediciones: 110.

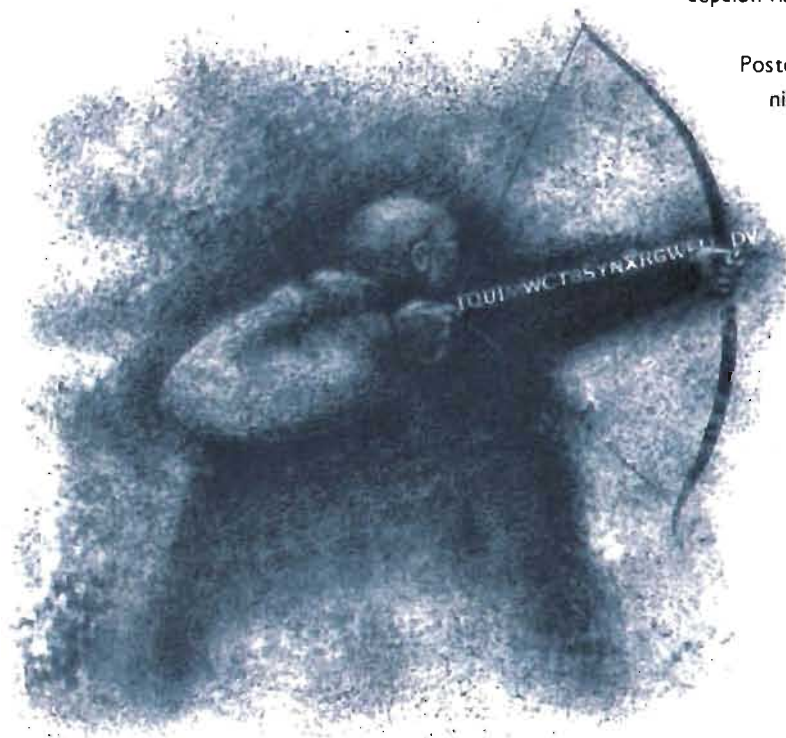


Ilustración de Fabricio Vanden Broeck

ejemplo, el lenguaje verbal-escrito es la unión de la lengua y la palabra. «El signo lingüístico une un concepto y una imagen acústica. La relación entre los dos es arbitraria. Los significados así como los significantes son producto de una cultura».² La manera en que se relacionan el signo lingüístico y la imagen articulan el lenguaje verbal-escrito. La interacción de los signos de un sistema es la que genera todos los lenguajes, entre ellos los mencionados anteriormente.

Retomando este ejemplo concluimos que entre los signos, elementos de un lenguaje y la realidad existe cierta relación que nos permite establecer significados a los signos. El hecho de reunir un signo y su concepto o significado en la realidad articula mensajes e ideas. Esta relación entre signos y conceptos e ideas es una convención humana que facilita el proceso de comunicación.

Ya hablamos mencionado que hay diferentes tipos de lenguaje, la adquisición de los mismos es social y el ir adquiriendo habilidades en el uso y estructuración de sus signos correspondientes nos deja comunicarnos e interrelacionarnos. La característica más importante del lenguaje es que genera, impulsa y domina el proceso de comunicación. El uso del lenguaje según Adrian Frutiger, diseñador y tipógrafo, es un desarrollo natural del hombre, lo usamos para expresar «lo vivido y lo previsto, lo esperado y lo temido, y al mismo tiempo, plasmar y conservar».³ De esta manera podemos decir que el objetivo principal del lenguaje es comunicar, pero ¿qué es comunicación? La comunicación humana se transmite de generación en generación

Lazar, Judith. (1995). *La Ciencia de la Comunicación*. México: Publicaciones Cruz O., S.A. pag.76
 Frutiger, Adrian. (1994). *Signos, símbolos, marcas y señales*. México: Ediciones Gustavo Gili S.A. de C.V. pag.78

y va evolucionando, es progresiva y está en constante movimiento. «Hay un término que define perfectamente estas características: proceso. Un proceso es un conjunto de ciclos auto arreglados que son dinámicos, que tienen un constante devenir. Son secuelas más o menos fijas de acontecimientos que se hallan en movimiento. Los elementos de un proceso interaccionan entre sí y, cada uno de ellos influye sobre los demás.»⁴ La comunicación humana es un proceso pues se lleva a cabo gracias a ciclos dinámicos de adaptación y de interacción de individuos y grupos con ideas propias y con conceptos compartidos sobre una misma cosa, es un producto social y cultural que utiliza lenguajes.

En toda comunicación, simple o compleja se realiza una secuencia semejante a ésta. Este esquema fue obtenido del libro *Planificación y producción de materiales audiovisuales* de Jerrold Kemp.⁵

Fuente del mensaje	Mensaje codificado	Transmisión Canal / Medio	Mensaje recibido	Destino del mensaje
--------------------	--------------------	---------------------------	------------------	---------------------

Este esquema explica que el mensaje, generado por una fuente o comunicador es codificado, es decir articulado, armado, estructurado con signos, que pasa a través de un transmisor, que puede ser cualquier medio masivo de comunicación incluyendo la voz, y a través de un canal o medio como el aire o el papel, hacia un receptor para ser posteriormente decodificado, leído, traducido, entendido hasta el destino final del mensaje que es la percepción del receptor.

Gallardo Cano, Alejandro. (1998). *Curso de Teorías de Comunicación*. México: Editorial Promocolor. pag. 29
 Kemp, Jerrold. (1973). *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería S.A. p.13

Para que la comunicación sea eficaz o se realice de la mejor manera posible es necesaria la actividad del receptor, pues éste responde, tiene cierta actitud ante lo percibido, ante el mensaje recibido. Esta respuesta generará y facilitará el proceso de comunicación pues interactuará con la fuente misma del mensaje, así se completa el ciclo en un proceso llamado feedback o retroalimentación. En este esquema podemos observar que se espera con esta estructura ser entendido por el receptor. «En el acto de la comunicación se intenta prever, con cierto éxito, la reacción del receptor del mensaje enviado por el emisor.»⁶. Esto quiere decir que el proceso de comunicación tiene el propósito de que los individuos que usan determinado lenguaje puedan interactuar entre sí y esto facilite sus relaciones interpersonales.

En la relación que se establece con el receptor del mensaje existe una característica muy importante del lenguaje: el discurso. Es aquel que define el propósito e intensidad del mensaje, es aquel que planea qué se va a decir y cómo. «Si los mensajes son la base de la comunicación, la comprensión del mecanismo de transmisión es igualmente importante. El impacto del mensaje depende del nivel de atención que demuestre el receptor hacia ése, pero también de lo que tiene en la memoria y de su integración con el conocimiento anterior.

Los procesos más estudiados en el tratamiento del discurso son la integración y la inferencia. La primera se refiere a la asimilación del nuevo elemento entre las otras partes del texto o del conocimiento, mientras que la segunda se relaciona con el

Lazar, Judith. (1995). *La Ciencia de la Comunicación*. México: Publicaciones Cruz O., S.A. pag.48



proceso de recopilación de informaciones y es subyacente al significado explícito del discurso. Algunos otros factores externos, tales como la emoción y la intención, influyen de igual forma- directa o indirectamente-en el impacto del mensaje sobre el sujeto.⁷ Es decir, que en la comunicación, además del lenguaje utilizado y el proceso de estructuración del mensaje, existen varios factores contenidos en el discurso que determinarán si la comunicación tendrá éxito o no, dentro de estos factores está el conocimiento previo del receptor sobre algún aspecto del mensaje, la intención del mensaje y algunas convenciones sociales y culturales relacionadas con las emociones.

Nos parece importante hablar del discurso pues, el diseñador gráfico, de quien hablaremos más adelante, realiza un discurso, un discurso visual y está interesado en la manera en que el receptor recibe los mensajes, en su caso mensajes gráficos visuales.

El propósito de esta breve explicación del proceso de comunicación, de los elementos que intervienen en ella y los motivos por los cuales se genera, nos sirve como marco de referencia para nuestro siguiente tema, que se enfoca a nuestra propuesta gráfica; los lenguajes visual y sonoro; además del lenguaje del diseño gráfico, cuya función primordial es la de comunicar.

Para abordar el tema del lenguaje y del signo, es necesario, mencionar a la ciencia que se encarga de estudiar tales cuestiones; la semiótica. La semiótica es «una ciencia que estudia cosas o las propiedades de cosas en tanto en cuanto su función es servir como signos»⁸ La ciencia estudia los signos y por consiguiente,

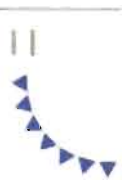
el lenguaje como sistema de signos. Un signo se considera como tal, mientras lo sea para un individuo o un grupo que comparte esa postura frente al signo. Funciona en tres dimensiones: la dimensión semántica o semántica que estudia las relaciones de los signos con los objetos a los que son aplicables, a los objetos que designa o denota; la dimensión pragmática o pragmática estudia la relación de los signos con los intérpretes y la dimensión sintáctica o sintaxis que estudia la relación formal de los signos entre sí. La semiótica también nos da un marco de referencia para nuestro proyecto, pues si estudia los lenguajes y los signos también se aplica al campo visual y gráfico.



Ilustración de Fabrício Vanden Broeck

⁷ Lazar, Judith. (1985). *La Ciencia de la Comunicación*. México: Publicaciones Cruz G. -A pag.49

⁸ Morris, Charles. *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibernia, 1971



1.1.1 Lenguaje visual, signo visual y percepción visual

El lenguaje visual es un sistema de signos, en este caso de signos visuales. Desde la evolución del lenguaje verbal hasta el lenguaje escrito, desde el desarrollo del pictograma al signo fonético, observamos la necesidad del hombre por la imagen, «por necesidad interna aún hoy refuerza el orador sus manifestaciones mediante figuras o gestos figurativos»⁹. Tiene sus propios elementos, una cantidad finita de signos básicos y leyes de estructuración, también llamada composición, tiene un orden y un porqué, podríamos decir que el lenguaje visual es universal, sabemos que comprendemos sobre el entorno porque podemos verlo, podemos identificar lo que sucede y reaccionar ante él. Por nuestro entorno y cultura entendemos las formas, los colores y lo que éstos significan.

Aunque el contexto de cada individuo le permita o no reconocer las relaciones formales entre los signos visuales, todos tenemos un estándar de conocimiento del lenguaje visual, por principio, la escritura. La representación de sonidos por medio de letras es conocer el lenguaje visual, el reconocimiento de las principales figuras geométricas es conocer el lenguaje visual, el saber si un objeto es rojo o anaranjado es conocer el lenguaje visual; es identificar todos esos signos convencionales de nuestra vida diaria para poder comunicarnos.

Como explicábamos anteriormente, el compartir un lenguaje implica experiencia y conocimiento del sistema de signos de

ese lenguaje, de esta manera se logra con éxito el proceso de comunicación entre los individuos. En el caso del lenguaje visual se necesita entonces experiencia previa y conocimiento de los signos visuales.

El signo que identifica al lenguaje visual es el signo visual que se deriva de una evolución a nivel representacional de nuestro entorno, desde la época prehistórica el hombre expresa lo que sucede a su alrededor con representaciones visuales, es decir, con una abstracción gráfica que según sus convenciones y su lenguaje tienen un significado para él. El signo visual formalmente hablando es la representación gráfica de un objeto visual dado naturalmente.



Al signo visual lo conforman elementos como el punto, la línea y el color. Estos signos visuales se reutilizan para un determinado fin. Así tenemos que una letra es un signo visual, con sus curvas, y sus espacios en blanco; las figuras geométricas son los signos visuales más básicos: el cuadrado, el círculo y el triángulo.

En el lenguaje escrito, los signos visuales (letras) se ordenan según leyes de redacción y puntuación. Así tenemos que según el orden que se les confieren podremos ser entendidos o no, las palabras tendrán un sentido y un significado. En el lenguaje visual, los signos (figuras y colores) se ordenarán de tal manera que aquello representando sea entendido, se le encuentre un significado o el significado atribuido por el usuario de esos signos. El lenguaje visual y el signo visual de desenvuelven frente a nosotros armando mensajes diariamente, con un significado. El proceso intelectual por el cual es asimilado este lenguaje visual es la percepción visual.

La percepción es el proceso por el cual el ser humano asume su realidad a través de los sentidos. Es un proceso complejo, intelectual y racional. «En la confección de mensajes visuales, el significado no estriba sólo en los efectos acumulativos de la disposición de los elementos básicos sino también en el mecanismo perceptivo que comparte universalmente el universo humano»¹⁰. La percepción es un proceso intelectual influido por el contexto del individuo, su experiencia, su proceso de aprendizaje y de retención, su memoria, su adquisición del lenguaje, sus convenciones sociales y culturales, su ubicación geográfica; es decir, todo lo que rodea a un individuo.

Frutiger, Adrian. (1994). *Signos, símbolos, marcas y señales*. México: Ediciones Gustavo Gili S.A. de C.V. pág.77

A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili. pág. 34



La percepción visual que es la que nos atañe en este texto nos dice que la relación cerebro-experiencia-ojo es la fórmula clave para asociarnos con nuestra realidad visualmente. Para la percepción visual hay dos enfoques teóricos muy importantes.

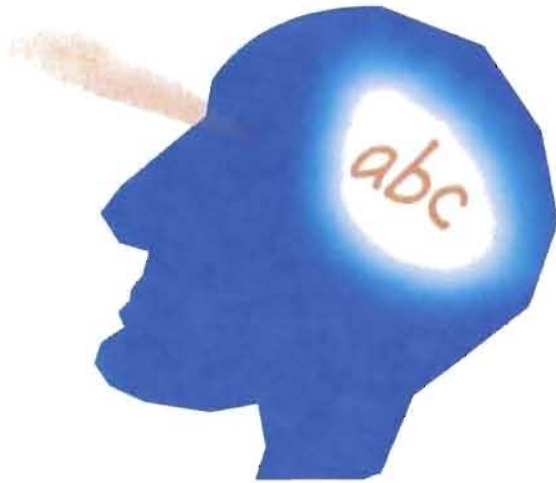
El enfoque analítico que es el que nos dice que además de la imagen retiniana que conservamos necesitamos además de otros elementos que nos completen la experiencia, como la memoria por ejemplo y el enfoque sintético consiste en buscar correspondencias con la realidad visual en el estímulo, es decir, que la imagen que generamos en la retina ya está completa por nuestra experiencia previa, es decir, que nuestro cerebro ya es perfectamente capaz de generar imágenes por relación interna.

El proceso de percepción inicia con la identificación de las formas que se lleva a cabo a través del sentido de la vista, del aparato sensorial que procede al ojo y generada por una diferencia de cualidad tonal. Es decir, podemos ver gracias a la luz y al proceso óptico del ojo.

Podemos ver y reconocer gracias a la diferencia que establecemos entre luz y ausencia de luz, claro y oscuro. Así también identificamos la línea, la textura, la escala y el movimiento. Sin embargo la manera en que utilizamos esos elementos está determinada por lo que se diseña. Posteriormente a esa solución gráfica se le confiere un significado de acuerdo a su contexto socio-cultural. Para la percepción visual, existen estímulos que modifican o disponen el equilibrio. Aquello que se percibe visualmente está en función de la manera en que miramos de lo

que identificamos y en cómo ordenamos esa información en nuestro cerebro. En conclusión la percepción de la imagen es algo que nos concierne como diseñadores gráficos, la manera en que el ser humano ubica los objetos en el espacio por medio del ojo es nuestra referencia para el diseño gráfico, sin ese referente no podríamos codificar para la observación.

El tener conocimiento sobre el proceso de percepción visual nos ayuda en la articulación y codificación de mensajes visuales, es discurso nos ayuda en la realización del discurso visual.



1.1.2 Conceptos sobre la percepción visual

El proceso de percepción visual nos permite entablar una relación entre lo observado y su significado. Los siguientes conceptos, del libro, La sintaxis de la imagen nos clarifican la idea de cómo el receptor recibe a nivel cognoscitivo y cerebral todos los mensajes a su alrededor.

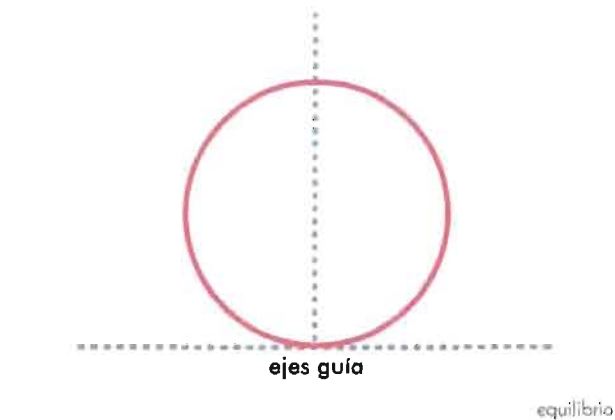
Equilibrio

«La influencia psicológica y física más importante sobre la percepción humana es la necesidad de tener sus dos pies firmemente asentados sobre el suelo y saber que ha de permanecer vertical en cualquier circunstancia»¹¹ El equilibrio es la referencia visual más fuerte y se expresa mediante la relación horizontal-vertical de lo visto. Es decir que el hombre intentará ajustar visualmente a lo vertical primordialmente y horizontal, como referente auxiliar todo aquello que perciba visualmente. La manera de conseguirlo se genera con la imposición de un eje vertical y horizontal imaginario para tener la sensación de equilibrio.

Este procedimiento nos permite estabilizar perceptualmente pesos visuales mediante el contrapeso, de esta manera una figura que no sea totalmente simétrica podrá ser equilibrada cuando la referimos a un estado equilibrado o un eje sentido. Este eje sentido imaginario es una constante para definir el equilibrio.

A. Dondis, (1992). La sintaxis de la imagen. México: Editorial Gustavo Gili, pág. 35





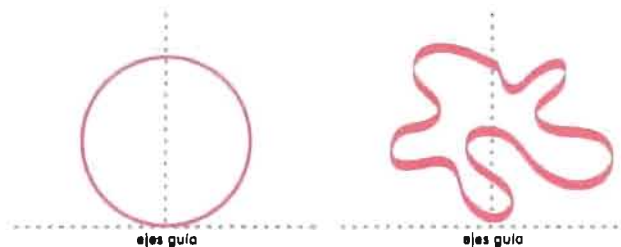
Tensión

«Las opciones visuales son polaridades, de regularidad y sencillez por un lado, de complejidad y variación inesperada por otro. La elección entre estas opciones rige la respuesta relativa que va del reposo y la relajación a la tensión (stress).»¹²
La tensión es la opción opuesta al equilibrio.

Como estrategia visual nos permite generar una respuesta desconcertante en el receptor. Si el hombre impone un eje sentido vertical y un eje relativo horizontal a todo lo que ve entonces aquella forma o figura que se aleje cada vez más de esos ejes sentido motivarán una respuesta perceptual más interesante, más dinámica que aquella que se ajuste a esos ejes. El que una figura o forma se aleje de esos ejes genera tensión visual pues rompe poco a poco la sensación de equilibrio visual. En la com-

¹² A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gilli. pág. 38

posición por ejemplo, el equilibrio o la falta aparente de él (tensión) no implica si la composición es buena o no, las dos pueden ser armónicas pues responden a leyes de la percepción visual, son simplemente herramientas compositivas opuestas, que generan diferentes respuestas en el receptor.

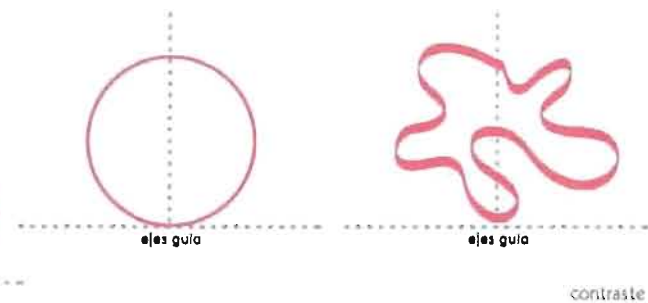


Contraste

«En todas las áreas el contraste es una poderosa herramienta de expresión, el medio para intensificar el significado y por tanto, para simplificar la comunicación»¹³ El contraste se manifiesta como el opuesto al equilibrio total. Si una de las necesidades primordiales del hombre es la de equilibrar todo, el contraste atrae nuestra atención, nos estimula, permite que nuestro no se convierta en algo completamente estático y a la larga monótono y sin vida. El contraste visual se presenta mediante la polaridad que existe entre la presencia y la ausencia de luz; la claridad y la oscuridad o el blanco y el negro en los pigmentos. El contraste en la composición se manifiesta mediante la tensión

¹³ A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gilli. pág. 104

visual y el manejo de la simetría, cuando observamos tensión en una manifestación gráfica visual es muy probable que al mismo tiempo estemos observando contraste visual, pues la tensión y el contraste van de la mano.

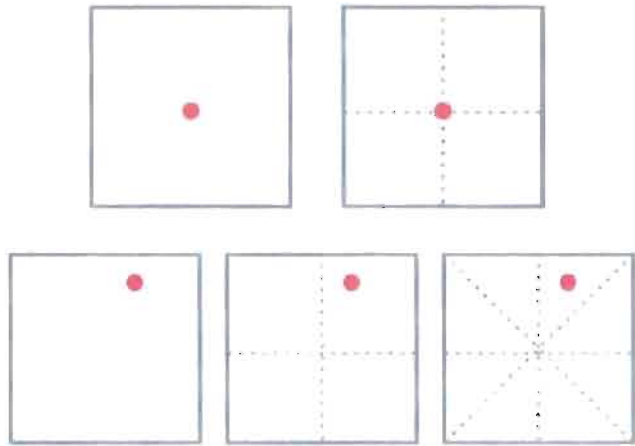


Nivelación y aguzamiento

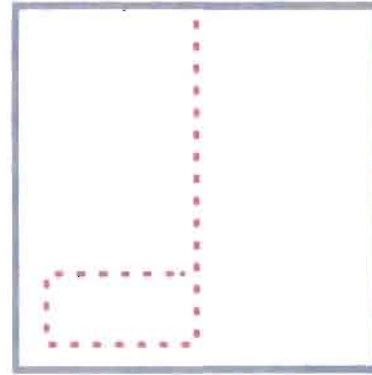
«Armonía y estabilidad son polos de los visualmente inesperado y de lo generador de tensiones en la composición. Estos opuestos se denominan es psicología nivelación y aguzamiento.»¹⁴ El proceso perceptual de la nivelación y el aguzamiento nos permite equilibrar una forma o figura respecto a los ejes sentido vertical y horizontal antes mencionados, un ejemplo de nivelación sería colocar un objeto precisamente sobre esos ejes para que existiera armonía absoluta; a su vez un ejemplo de aguzamiento sería colocar ese mismo objeto lejos de los ejes provocando tensión visual. En el proceso mental de equilibrar visualmente aquello que se nos presenta, percibimos gracias a la nivelación y

¹⁴ A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gilli. pág. 41





nivelación y aguzamiento



ángulo inferior izquierdo



atracción y agrupamiento

el aguzamiento, un caso de ambigüedad visual que no responde a ninguno de los dos estímulos, sino que su posición en el plano es ambigua, no tiene posición fija en el espacio.

Preferencia por el ángulo inferior izquierdo

«La tensión visual puede maximizarse de otras dos maneras: el ojo favorece la zona inferior izquierda de cualquier campo visual»¹⁵. No hay ley absoluta que determina porque se da este fenómeno, sin embargo, nuestra percepción visual se ve influida por el ángulo inferior izquierdo gracias a nuestra cultura, por nuestra convención en cuanto a la lecto-escritura, es decir, de izquierda a derecha, por consiguiente, aportamos cierta jerarquía y peso visuales a aquellos elementos que se encuentren en esa área de un campo visual.

A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili, pag. 42

Atracción y agrupamiento

«En el acto espontáneo de ver, las unidades visuales individuales crean otros contornos distintos. Cuanto más se aproximan las marcas, más complicadas son las formas que definen.»¹⁶ Si existen dos puntos u objetos aislados en un mismo plano, los dos competirán visualmente para atraer la atención, se repelen visualmente; por el contrario si su posición en el plano los obliga a reducir la distancia entre ellos, su relación más armónica, se atraen e intentarán formar un todo.

Este fenómeno perceptual se genera gracias a la necesidad del hombre por organizar todo en grupos en unidades, para poder entender más fácilmente aquello que ve.

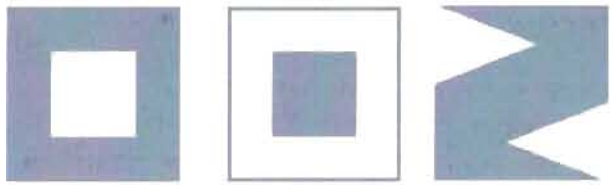
A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili, pag. 47

Positivo y negativo

«La significancia de lo positivo y lo negativo en este contexto denota simplemente que hay elementos separados, pero unificados en todos los acontecimientos visuales»¹⁷. Perceptualmente hablando está definido por la tensión de los elementos, y por cual de todos atrae más la atención del espectador. Se considera entonces positivo aquello que atrae más rápidamente nuestra atención y negativo aquello que queda en segundo plano, decir lo positivo es lo activo visualmente y lo negativo, lo pasivo. Esta característica de la percepción visual puede verse a su vez influenciada por el color, por el valor tonal de los elementos.

A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili, pag. 49





positivo negativo

El conocimiento de estos conceptos sobre la percepción visual nos ayudará a articular nuestro discurso visual y a controlar el significado del mensaje de manera más armónica y directa. Además de la percepción visual nos interesa conocer el otro tipo de percepción que nos ayudará en el proyecto, la percepción sonora.

1.1.3 Lenguaje sonoro, signo sonoro y percepción sonora.

El otro lenguaje que nos interesa analizar para el proyecto es el 'lenguaje sonoro.' Por medio de sonidos somos capaces de transmitir sensaciones, conceptos o representaciones. O, dicho de otro modo, a través del sonido codificamos una serie de signos, con los que el receptor crea determinadas situaciones o imágenes. Este código comunicativo presenta distintos niveles de percepción e interpretación, dependiendo de los mecanismos racionales o emocionales que intervienen en su proceso de decodificación¹⁹. El sonido por lo tanto está

Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús. (1994). *Técnicas de comunicación en radio*. México: Ediciones Paidós, p. 67

relacionado con las imágenes que podemos generar en la mente después de escucharlo, de esta manera reafirmamos que las percepciones arriba mencionadas se influyen.

El lenguaje sonoro es casi universal, y su sistema de signos están basados en el sonido, éste abarca desde una referencia como el graznar de un pato hasta la más complicada sinfonía. «El sonido supone de entrada movimiento, contrariamente a lo visual»¹⁹. El sonido como lo concebimos cotidianamente es el efecto de todo aquello que percibe el oído, empezando por la voz humana, se transmite por el aire a través de ondas con diferente frecuencia que capta el oído. Con el sonido reconocemos el exterior de una manera muy rápida.

El sonido a nivel muy físico es «una onda que, tras el estremecimiento de una o varias fuentes llamadas cuerpos sonoros, se propaga según una ley muy particulares y, de paso, afecta a lo que llamamos oreja, a la que proporciona materia para sensaciones auditivas»²⁰. El lenguaje sonoro implica el provocar sensaciones, el sonido no tiene que entenderse como una imagen, sólo sentirse. Su significado se derivará de sus referencias visuales o de convenciones culturales relaciones con los estados de ánimo en diferentes contextos sociales. El signo que atañe al lenguaje sonoro es el signo sonoro.

Como signo sonoro entendemos la representación gráfica y generalmente simbólica de un sonido, tiene variantes y puede ser también relacionado a la fuente precisa de un sonido percibido. Una de ellas es el signo fonético, que relaciona una letra

Chion, Michel. (1993). *La Audición*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p.21

Chion, Michel. (1999). *El sonido*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p.41

(representación gráfica) con un sonido. Este signo articulado con otros darán forma al lenguaje verbal y escrito compartido por un grupo de individuos junto con sus significados. Otro signo sonoro muy importante es el de la nota musical. Signo que construye todo un código utilizado y entendido por aquellos que conocen este código, llamados músicos o compositores.

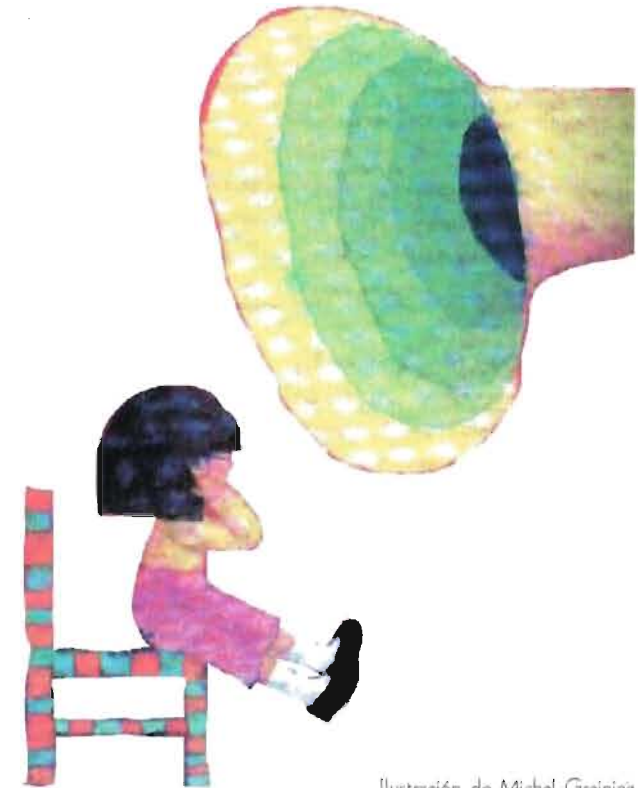


Ilustración de Michel Grejniec



El dominio de este código, ya sea codificando o decodificándolo tiene como resultado la creación melodías con estructura formal, este lenguaje también tiene sus leyes y sus estructuras. Su código también tiene que ver con la armonía, el orden, la sucesión y el ritmo dependiendo de la sensación que se desee inspirar.

Casi todo aquello que signifique sonido, llámese música o ruido, puede estar representado por el signo sonoro de la nota musical. Este signo, convertido ya en símbolo por su función y la organización de su código, encierra todas las posibilidades de representación de un sonido. Puede considerarse también signo sonoro a aquella representación escrita de un sonido, por ejemplo, el zumbido de una abeja, representado con la z z z z z z z z z. O el sonido al que hacen referencia los famosos psssst, smash, punk, de las tiras cómicas, llamadas onomatopeyas.

Como comentábamos en el lenguaje visual, existe otro proceso intelectual que tiene que ver con la manera en que nos comunicamos y con nuestra manera de adquirir conocimiento del entorno. Este proceso es la percepción. Si hablamos del sonido, forzosamente hablaremos de la percepción sonora. Nuestra experiencia como seres humanos está determinada por muchos factores, dentro de ellos se encuentran todos los mensajes que a diario recibimos en los lugares más inesperados, tanto visuales como sonoros. Pensamos que siempre hacemos una conexión aunque no directa entre lo que vemos y lo que estamos escuchando en el momento. Podríamos decir que la percepción de los sonidos es más inmediata que la percepción visual, nuestra manera de jerarquizar los sonidos es muchos más rápida y espontánea que



Mujeres inuit en un duelo de voz

cuando vemos una imagen, por eso en el binomio sonido / imagen el estímulo del sonido debe ser más preciso y estar en sincronía con la imagen, sino puede tender a perderse.

A partir de la creación de las audiovisiones el sonido dejó de considerarse el atributo único de la voz, es decir, se consideraba como sonido sólo aquellos que se decía, lo que emitíamos al hablar o cantar, sin embargo con la evolución del cine (eminente precursor de la audiovisión), se dejó a un lado el vococentrismo para entonces centrarnos en el sonido como tal, como elemento que tiene significado por sí mismo, aunque encontrarlo sea la tarea más difícil.

El sonido está directamente relacionado con nuestra manera de escuchar, para eso existen cuatro escuchas o maneras de escuchar muy definidas. «Y es que hay j al menos- tres actitudes de escucha diferentes, que apuntan a tres objetos diferentes: la escucha causal, la escucha semántica y la escucha reducida».²¹

La escucha causal es aquella donde el que escucha busca la fuente del sonido, su causa, de dónde viene, no le interesan los atributos específicos del sonido, trata de indagar perceptualmente dónde se origina el sonido.

La escucha semántica se refiere al sentido de lo que se escucha, lo que se quiere decir, con la voz o con el sonido en específico, es decir su significado, exactamente lo que se dice, como ejemplo tenemos, la relación entre sonido y signo fonético.

²¹ Chion, Michel (1993). *La Audiovisión*. Espasa Ediciones. Paidós. Barcelona. p. 111





La escucha reducida se refiere a las cualidades y formas propias del sonido que se escucha, es la más difícil pues realmente nadie se ha puesto a analizar teóricamente, de los verdaderos atributos de un sonido sin hacer referencia a su fuente. «La escucha reducida implica, pues, la fijación de los sonidos, los cuales acceden así al status de verdaderos objetos»²², es decir que intenta analizar y separar de cierta forma un sonido de lo que se relaciona con éste en la realidad. La escucha acusmática es aquella en la que se oye el sonido sin ver su causa, podríamos decir que esta escucha es la que más beneficia al sonido, pues es entonces cuando percibimos un sonido en todo su esplendor.

La percepción del sonido es más rápida que la de una imagen, generalmente tenemos la oportunidad de analizar una imagen cuando ésta es estática, con el sonido no es posible, el sonido nos golpea de inmediato y es un tanto efímero en el tiempo, aunque podamos detenerlo un poco en el espacio.

La manera en que lo percibimos es veloz, inmediata, si trazáramos una línea de su trayectoria en nuestra percepción sería corta y recta, aunque después de varios estímulos esa línea cambiaría de dirección invariablemente. «El oído es pues, un sentido eminentemente activo, suele requerir del sujeto más actividad que la que pide la vista. Otra de sus características es que opera a distancia, si bien a distancias menores que las de la vista, de este modo dilata nuestro ser y amplía nuestra esfera de vida.»²³ El sonido también puede trabajar en el espacio, no de igual manera que la imagen, pero ya su propagación por el

aire nos obliga a pensar en distancias, es decir, en espacio. Michel Chion en su texto *Audiovisión* dice que el oído percibe un evento mucho más rápido que la vista. «Por otra parte, decir que la escucha funciona al hilo del tiempo es una fórmula que precisa ciertas correcciones.

De hecho, el oído escucha por tramos breves, y lo que por él se percibe y memoriza consiste ya en breves síntesis de dos a tres segundos de la evolución del sonido, formando Gestalt globales. (Recordemos que la teoría Gestalt estudia la percepción, el todo formado por parte cohesionadoras que tienen a su vez su propia importancia.) Sólo que en el interior de esos dos a tres segundos percibidos como una forma de conjunto, el oído ha realizado cuidadosa y seriamente su trabajo de encuesta, de manera que su información global del suceso, formulado periódicamente está repleto de detalles precisos y característicos tomados in situ.

Llegamos entonces a esta paradoja: no oímos los sonidos, en el sentido de reconocerlos, hasta algo después de haberlos percibido. Si palmeamos breve y secamente, y escuchamos el ruido que esto provoca, la escucha, de hecho la aprehensión sintética de un pequeño fragmento de la historia sonora depositado en la memoria seguirá muy de cerca al suceso: no será totalmente simultánea.»²⁴ El sentido del oído comparado con la vista puede ser más veloz en cuanto a tiempo, sin embargo, su trabajo de reconocimiento y captura de información no es precisa, en el sentido estricto de la palabra. El oído toma detalles que unidos a otros formarán una unidad, que posterior-

mente se reconocerá como un solo sonido. Así podemos hablar de cómo se manejan y manifiestan las dos percepciones ya vistas en el documento, la percepción visual y la percepción sonora.

1.1.4 Movimiento, velocidad perceptiva y tiempo

Aunque en cuanto a velocidad perceptiva, el oído pueda ser relativamente más rápido que la vista la verdad es que son muy diferentes, esa es la razón por la que pueden influenciarse para un soporte audiovisual, la vista trabaja en el espacio y el oído en el tiempo. «Comparadas una con otra, las percepciones sonora y visual son de naturaleza mucho más dispar de lo que se imagina. Si no se tiene sino una ligera conciencia de ello es porque, en el contrato audiovisual, estas percepciones se influyen mutuamente, y se prestan la una a la otra, por contaminación y proyección, sus propiedades respectivas»²⁵ Empecemos por decir que el sonido a diferencia de la imagen está en constante desplazamiento por su carácter sucesivo y casi intermitente. Puede sugerir fijeza en casos muy especiales, la fijeza sería casi como un efecto especial del sonido. El sonido supone siempre de entrada movimiento a diferencia de cualquier imagen. El sonido es huella de un desplazamiento, trayecto, eco o voz continua, tiene entonces lo que Michel Chion llama dinámica temporal propia, es decir que tiene su propio manejo y movimiento en el tiempo, no depende de otro sentido para manejarse en el tiempo, transcurre en su propio tiempo, tiene su propio ritmo. Las percepciones sonora y visual tienen su propio ritmo (perceptual y representacional).

Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p. 37

Serrano Barquín, Carolina y Rodríguez Estrada, Mauro. (1995). *Creatividad sensorial*. México: Editorial Pax. pág. 60

Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p. 22

Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p. 20



El oído analiza y sintetiza más rápido que la vista. Sin compararnos la trayectoria de un sonido y el de una imagen, siempre será el sonido percibido primero. El motivo es que el sonido es un vehículo de lenguaje, esto quiere decir que antes que las imágenes nos sentimos cómodos con los sonidos por que nos sentimos identificados con la voz humana. Si el sentido de la vista es más lento perceptualmente no se debe a ningún error, mientras el oído registra el sonido, la vista analiza, indaga explora el espacio y sigue al tiempo. El oído sigue un sonido en el tiempo, en un punto de escucha de manera sincrónica. La vista es entonces más hábil en el espacio y el oído en el tiempo.

El hablar de comunicación, lenguaje y percepción, visual y sonora, nos permite tener un marco de referencia para nuestro proyecto. Así observamos que el lenguaje visual maneja un código de signos visuales, elementos como el punto, la línea, el color y el plano; entre otros. La percepción del lenguaje visual se realiza en el espacio, en el reconocimiento de las formas, de las texturas y de los colores. El lenguaje sonoro maneja de un código de signos sonoros y de elementos como el ritmo, el tono y la armonía. La percepción del lenguaje sonoro se realiza en el tiempo, en la duración de los tonos y en la extensión de las ondas sonoras. Estas dos percepciones se influyen para concretar un contrato audiovisual, es decir, donde funcionen lo visual y lo sonoro, generando nuevos estímulos en el receptor. La intención de este contrato audiovisual, es el de comunicar, es decir el de lograr una retroalimentación de conocimiento y de sensaciones para mejorar y mantener las relaciones sociales y culturales entre los individuos y los grupos.



Diseño de Michael Peters para Johnny Walker.

1.2 Algunas reflexiones sobre el diseño gráfico

El conocimiento del lenguaje visual nos lleva inmediatamente al terreno del diseño gráfico y a la codificación del lenguaje del diseño gráfico, que explora y utiliza todas las herramientas formales, compositivas y perceptuales antes mencionados para tener control sobre el significado de un mensaje gráfico visual que tiene como intención comunicar. «El término diseño de un modo amplio comprende la totalidad de la órbita de los objetos hechos por el hombre y que le rodean, desde los sencillos bienes cotidianos hasta el complejo patrón de la totalidad de una ciudad.»²⁶

Luis Rodríguez Morales, diseñador gráfico mexicano y colaborador de revistas como A! Diseño y Origina con esta cita, nos introduce en el vasto mundo de los diseños, esas actividades que nos hacen crear y en las que nos recreamos constantemente gracias a modas, análisis, movimientos culturales y sociales. El diseño en general, es invención humana, según Michael Peters, diseñador internacional, creador de logotipos como Jhonnie Walker, acude a necesidades de orden funcional, práctico y estético. Es un enlace, según sus observaciones, entre la tecnología y la sociedad.

Pero, entonces en ese espacio entre la tecnología y la sociedad, ¿cuál es la función de estos diseños? El término diseño comprende en general el analizar, observar y el preguntarse por la utilidad de lo diseñado, sea lo que sea. Posteriormente según los criterios de cada diseño acudir a los

²⁶ Rodríguez Morales, Luis. 1998. «Por qué el estudio del diseño gráfico». *Matiz gráfico del diseño internacional*. México: Crea.





elementos necesarios para que eso diseñado cumpla con su función, con su utilidad, formando parte del desarrollo tecnológico y cultural de un grupo social. En este sentido podemos llamar a todo aquello diseñado como producto, una máquina, un sistema digital, una televisión, un lápiz, etc.

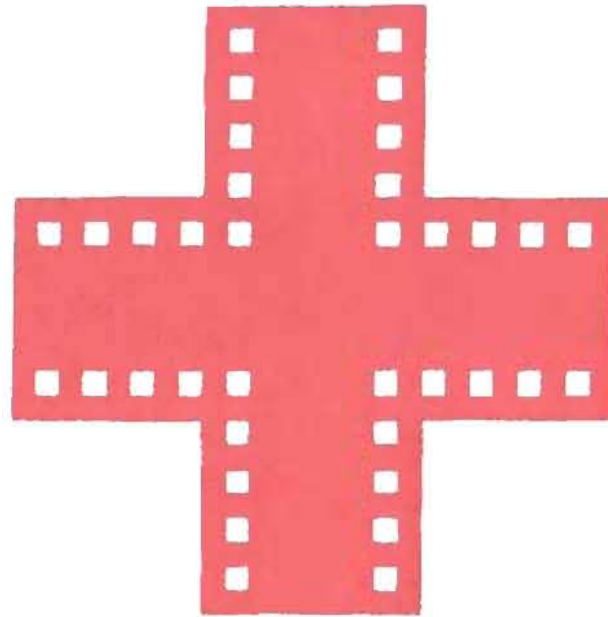
Dentro de este gran universo llamado diseño existe una disciplina llamada diseño gráfico, que es la que nos concierne analizar en este momento. El diseño gráfico surge a la par de otros tantos diseños como el industrial (objetos) y el urbano (espacial); el tema de estudio del diseño gráfico sería en su caso, la comunicación gráfica.

Estos diseños, incluyendo el diseño gráfico utilizan sus propios lenguajes, sus propios códigos de signos, su propio proceso de comunicación. En este sentido comentaremos la función específica del diseño gráfico con su propio lenguaje y cómo surge esta disciplina. Debemos aclarar sin embargo, que debido al contexto de las entrevistas consultadas para el documento se utiliza el término diseño haciendo referencia al diseño gráfico.

1.2.1 ¿Pero cómo surge el diseño gráfico? ¿cuál es su función?

Francisco Santiago, diseñador gráfico mexicano, colaborador de la revista *A! Diseño* piensa que «el diseño es una actividad concreta en plazos, tiempos, sistemas de producción y realización y en sistemas de desarrollo del propio diseño: el diseño consta de todas estas partes.»²⁷ Si el diseño gráfico es una

²⁷ Santiago, Francisco. (1996). "1946-1996, dos experiencias, un siglo. Entrevista a Rafael López Castro y Luis Almeida". *A! Diseño gráfico*, no. 26, p. 15-17. México.



Diseño de Félix Beltrán para un festival de cine.

actividad concreta en plazos, esto nos lleva a pensar que se trata de un proceso con elementos o pasos que se interrelacionan para un fin determinado. Surge como «un cuestionamiento no sólo de las ideologías que acompañaban las prácticas de la cultura, sino de las técnicas y de los procesos por los cuales la cultura era producida. Venía a poner en crisis un sistema de símbolos caduco, que no daba lenguaje y expresión propia a la revolución industrial.»²⁸

El diseño gráfico surge como una disciplina alternativa consecuencia de la revolución industrial. Según Norberto Chaves existen dos estadios muy importantes del diseño gráfico; uno es la visión del diseño gráfico como productor de cultura y el otro lo define como disciplina. «es el estadio de emergencia cultura e ideológica de la disciplina; es el momento en que el diseño aparece como una alternativa a todas las formas previas de definición de la forma del hábitat, de la forma de los productos de uso.»²⁹

Es decir, que el diseño gráfico surge como disciplina y proceso alternativo de una sociedad inscrita en el capitalismo y en el consumo, además del desarrollo tecnológico. Como observaremos más adelante surge también como herramienta fundamental de la publicidad en las sociedades capitalistas y consumistas. Por lo que podemos pensar que una de las funciones del diseño gráfico es mantener en movimiento el engranaje de la publicidad, que a su vez se deriva de las relaciones sociales. Dentro de la publicidad todo lo diseñador se convierte en un producto que competirá con otros productos y debe ser atractivo a la vista y lleno de contenido.

²⁸ Chaves, Norberto. (2001). *El arte de diseñar México*. Editorial Gustavo Gili. p.14
²⁹ Idem



«Quien quiera sobrevivir, no sólo en la actividad económica sino en cualquier forma de actividad, debe ingresar en el mercado»³⁰. Este comentario nos reitera que cualquier actividad inscrita en una sociedad principalmente consumista debe ser parte del mercado. El diseño gráfico es una disciplina que no sólo intenta codificar formas y figuras atractivas a la vista, sino comunicar, generar significados nuevos, llevar un mensaje, dejar claro que se puede configurar un mensaje que llame la atención y que tenga un fondo más profundo para el receptor más allá de los colores y las formas.

Entonces si el diseñador gráfico comunica, está inscrito en este proceso utilizando el lenguaje visual, los signos visuales y considerando la reacción del receptor ante sus productos, pues está inscrito en un mercado. El diseño gráfico como producto de la comunicación masiva intenta estructurar los mensajes de la mejor manera posible, esto es articulando y ordenando imágenes de tal forma que el significado sea entendido, se comparta con individuos y grupos, que el individuo reaccione ante lo que está viendo, lo entienda, lo asimile y lo haga parte de su cultura.

El diseñador gráfico busca los elementos necesarios para hacer que ese mensaje se vea bien, tenga contenido y significado, tenga impacto en el receptor. «La realidad, una formación económico social determinada, se mueve por factores económicos, políticos e ideológicos, y es dentro de estos últimos en que aparecen explícitamente los discursos, códigos y mensajes»³¹. Los discursos, códigos y mensajes del diseño gráfico se encuentran en los factores ideológicos de una sociedad, aunque posteriormente

Chávez, Norberto. (2001). *El arte de diseñar México*. Editorial Gustavo Gili, p.25

Prieto Castillo, Daniel. (1994). *Diseño y comunicación*. México: Editorial Cuyacán, p. 19



Diseño de Malcolm Great para los 100 años de los juegos olímpicos.

tengan implicaciones tanto económicas como políticas. Según Daniel Prieto Castillo, el lenguaje visual, junto con sus códigos y signos forman parte de nuestra cultura y de nuestra sociedad. Nuestra cultura lo va determinando, les va dando forma aplicándoles convenciones y alternativas diferentes; de este modo los mensajes evolucionan, cambian de la misma forma que los significados y las relaciones sociales.

Daniel Prieto Castillo hace referencia a la manera en que él ve como se organiza el proceso de diseño gráfico, «para nosotros todo proceso incluye por lo menos estos elementos: diseñador, códigos, lo diseñado, medios y recursos, preceptor, referente, marco de referencia y formación social.»³² Los elementos que menciona Prieto Castillo nos parecen pertinentes para aplicarlos a la propuesta final del documento, pues cubren con coherencia instancias tanto prácticas como ideológicas en donde se pueden inscribir todos los elementos previos a realizar un mensaje gráfico visual, como la investigación, además de los elementos prácticos como la composición.

El diseño gráfico como proceso tiene diferentes elementos: el primero es el diseñador gráfico, el diseñador está inscrito en las instancias económica, política y social, cada una de estas instancias determinará el trabajo, en cuanto a sus decisiones compositivas y su estilo; la ideología, es decir su postura ideológica, si es una persona muy politizada, ecologista y la posición en el mercado de este diseñador, es decir que nos habla de sus relaciones sociales, las cuales influirán finalmente en su trabajo. El diseñador gráfico toma en consideración su contexto

Conceptos tomados del libro *Diseño y comunicación* de Daniel Prieto Castillo



político y económico antes de diseñar, además de realizar una auto evaluación y una evaluación, a su vez, de los usuarios de sus diseños. El segundo elemento son los códigos, que son las reglas de estructuración de los signos de este lenguaje (visual y del diseño gráfico), para obtener un resultado que comunique. Los códigos comunican; es decir, posibilitan la relación entre individuos y entre grupos en una formación social.

El tercer elemento es lo diseñado, como producto del diseño gráfico, en el cual nos ampliaremos más adelante. Lo diseñado es un conjunto de signos ordenados de tal manera que llevan determinada información al receptor, le comunican algo, lo diseñado es la imagen que generó el diseñador vista ya como mercancía. Los siguientes elementos son los medios y recursos, hablando de medios como las formas de distribución de los mensajes, los más comunes serían los medios masivos de comunicación y de recursos como sistemas de producción como las imprentas, las televisiones, etc.

El siguiente elemento es el referente, que es aquel objeto o concepto tema principal del mensaje, es lo dicho en el mensaje, en este sentido todo aquello de lo que habla un mensaje es un referente sin que haya una necesidad de que este sea real, si una imagen se refiere a algo, es decir habla de algo, ese algo se convierte en referente. Prieto Castillo dice que no siempre el referente es cien por ciento real, como ejemplo tenemos los seres fantásticos, mitológicos. El marco de referencia nos confirma que para que el mensaje sea entendido se requiere de cierta experiencia y conocimiento previos por parte del

diseñador y del receptor del mensaje. El receptor no puede ser considerado como una masa homogénea, de él o ellos depende la aceptación y comprensión del mensaje, por eso es necesaria una evaluación muy detallada del mismo, derivada de sus instancias económicas, políticas y sociales.

Como veíamos anteriormente, los procesos están conformados por elementos que se interrelacionan entre sí. En el caso del proceso del diseño gráfico, estos elementos tienen estas funciones mencionadas por su interacción con los demás, es una especie de engrane que hace que todo el proceso cumpla con su función comunicativa. «Así como existen un diseño requerido e impuesto por el desarrollo capitalista, por la promoción de mercancías, así también existe un diseño requerido por organizaciones que de alguna manera se abren espacio dentro de nuestra sociedad con una intención distinta»³³ Si estos elementos cambian en el proceso de diseño gráfico, es decir, si sus instancias sociales, políticas y económicas son diferentes a las que dominan el mercado capitalista, el producto del diseño gráfico, es decir, lo diseñado, cambia dando otra alternativa, proponiendo un diferente tipo de comunicación; es lógico pensar que los receptores de eso diseñado también cambien, pues sus instancias son diferentes.

El diseño gráfico en cualquier de los dos casos anteriores es un proceso que utiliza un lenguaje, códigos y signos determinados que benefician y se derivan del desarrollo capitalista para dar mensajes a la sociedad. Esa sociedad consumista de esta mercancía que son los mensajes gráficos visuales, tiene la necesidad

de que esos mensajes llamen su atención, además de ser entendidos y asimilados como productos pues compiten entre sí, es por eso que la función del diseñador gráfico con los elementos del proceso, es la de generar imágenes que llamen la atención, lleven un mensaje, un significado y comuniquen para ser competitivas en el mercado.



Diseño tridimensional de Paul Ibou.

³³ Prieto Castillo, Daniel. (1994.) *Diseño y comunicación*. México: Editorial Coyoacán. p. 45



Diseño de Per Arnoldi sobre el SIDA.

Para esclarecer un poco más la función del diseño gráfico tenemos la opinión de algunos diseñadores reconocidos que nos dicen que es para ellos su disciplina en la actualidad, reuniendo estos puntos de vista podemos dar una definición por experiencia del diseño gráfico.

Según Luis Rodríguez Morales la función del diseño gráfico es expresar, ¿será acaso sólo expresar?, expresar qué ¿una idea, un concepto, una emoción? o simplemente la opinión de aquél que te solicita el trabajo. Para Erika García, diseñadora gráfica dedicada a las ediciones, el diseño es una herramienta para transmitir un mensaje.

Paul Ibou, diseñador gráfico y urbano, complementa esta idea diciendo: «Diseño gráfico es la aplicación de tipo, color e imágenes sobre el papel en una forma artística y hábil.»³⁴ Por primera vez se habla de algunos de los elementos que conforman el lenguaje el cual utiliza el diseñador gráfico. No se debe olvidar sin embargo, el objetivo comunicativo del diseño gráfico. Ivan Chermayeff, diseñador gráfico especializado en collage, comenta en cambio: «...para mí, la mayor parte del diseño gráfico es establecer conexiones que no se hayan hecho antes.»³⁵

Trayendo esas conexiones al terreno del diseño gráfico, entendemos que son puentes de comunicación que te inquietan, te cuestionan, te hacen reflexionar,...en pocas palabras ponen nuestras neuronas a trabajar, esto quiere decir que lo diseñado, nos propone reflexión, movimiento, pensamiento. Entonces el diseño gráfico expresa, es una herramienta social, aplica elementos

formales de un lenguaje de diseño gráfico, establece conexiones nuevas, es decir, conexiones comunicativas y sociales.

Si establecemos nuevas conexiones de comunicación entonces como diseñadores gráficos tenemos una responsabilidad social muy importante, sabemos que lo que hagamos se verá, se percibirá, nuestro objetivo, es que se entienda lo que queremos comunicar, de manera eficaz y ¿por qué no?...audaz. Podemos ser más flexibles y pensar que hay momentos en los que el diseñador que realiza un trabajo con una función comercial, genera como solución visual una imagen que alcanza connotaciones artísticas. ¿Qué pasa entonces?, el diseñador ¿no es artista también?.

Francisco Santiago, colaborador de la revista A! Diseño nos dice que «la frontera entre arte y diseño es lo utilitario del diseño gráfico.»³⁶ Podemos decir que este comentario nos pone los pies en la tierra, retomando lo que dice Prieto Castillo, si el diseño gráfico está inscrito en el mercado y lo diseñador es una mercancía, entonces responde a instancias sociales y económicas que reafirmen esa postura de lo diseñado como mercancía. No nos confundamos, como diseñadores sabemos que nuestro trabajo creativo **está** sujeto al mensaje que se nos pide comunicar, y atiende como dijimos anteriormente a una función comunicativa, pues establece conexiones sociales, articula un mensaje con un propósito y un significado específico. El diseñador gráfico no es artista, es una pieza más que puede interactuar con otras disciplinas dentro del proceso económico.

³⁴ Ibou, Paul (1994). «Comunicación visual. Que otros sólo las ideas.» en: «A! Diseño gráfico, edición española» n.º 4, p.61-65. México.
³⁵ Chermayeff, Ivan (1990). A! Diseño.

³⁶ Santiago, Francisco (1998). «Comunicar a través de los sentimientos.» en: «A! Diseño gráfico» n.º 45, p. 52. México.



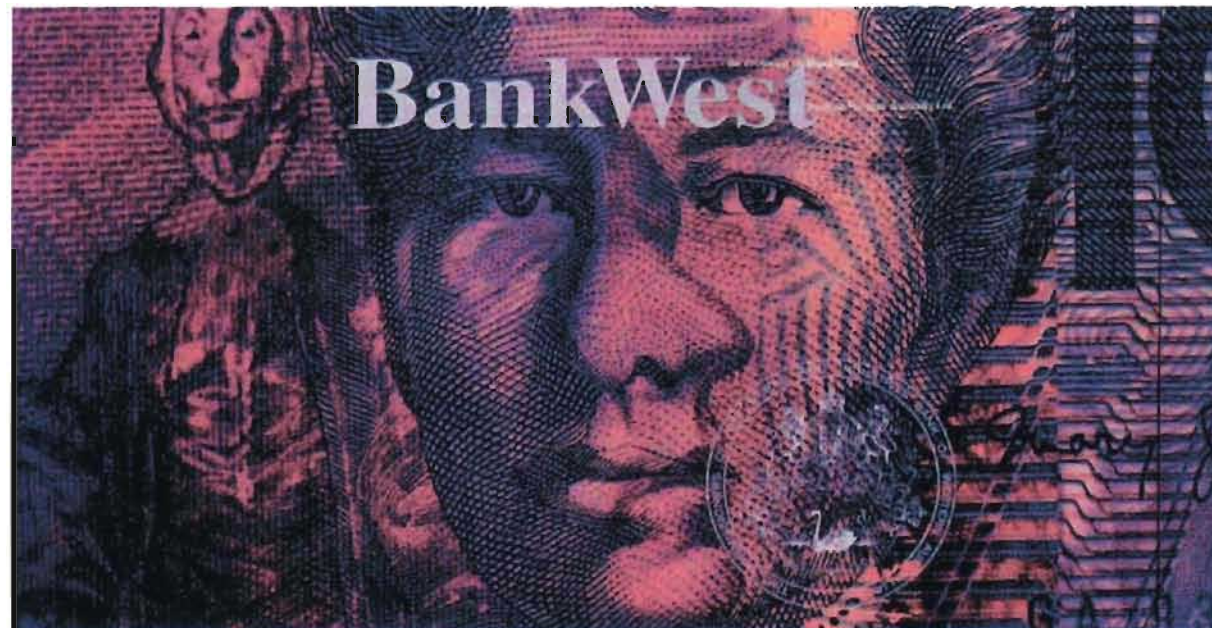
Al respecto también nos dice Luis Almeida, diseñador gráfico mexicano ganador de premios internacionales que «cuando la personalidad del diseñador está por encima del contenido del mensaje, el resultado se confunde mucho con el terreno del arte. Algunos hacen cosas muy bellas pero carentes de contenido, que sólo hacen ruido y no transmiten ningún mensaje. El diseñador debe ser un profesional al servicio de la sociedad, si no es así y está a su propio servicio, éste miente y corrompe el oficio para el que la sociedad lo preparó. Falta a la ética.»³⁷

El comentario de Luis Almeida reafirma nuestra postura de que el diseñador gráfico no es artista, el resultado gráfico visual de un mensaje puede competir con otras imágenes no creadas con una función específica, sin embargo, se origina con un propósito definido, según Almeida si se transgrede el límite entre la función comunicativa y el arte, lo diseñado pierde su propósito y el diseñador no ha tomado aún una postura respecto a su propio oficio.

Aquí se confirma la función social comunicativa del diseñador gráfico, este trabajo depende de una necesidad específica, sin que predomine la visión subjetiva del diseñador gráfico, es decir, que el diseñador gráfico podrá elegir la manera en que dice lo que dice, la manera de armar su discurso visual, pero no deberá alterar el mensaje

En este sentido, se puede decir que actualmente los diseñadores gráficos no respetan su profesión como deberían, no realizan la conexión entre conocimiento teórico y práctica, por lo tanto

Santiago, Francisco. (1996). "1946-1996, dos experiencias, un siglo. Entrevista a Rafael López Castro y Luis Almeida". *Al Diseño gráfico*, no. 28, p. 15-17. México.



Diseño e ilustración de Ken Cato para Bank West.

transgreden los límites. Félix Beltrán, diseñador cubano nacionalizado mexicano, se ha dedicado toda su vida a hacer diseño en su mayoría carteles y logotipos para empresas importantes. «El diseño gráfico indudablemente parte de necesidades».³⁸ Su comentario nos ayuda en nuestro análisis, el diseño gráfico parte de una necesidad social, desde el individuo que quiere promocionar su empresa hasta aquel que quiere mostrar sus cualidades como servidor público.

Beltrán, Félix. (1996). "El diseño gráfico se desvia". *Al Diseño gráfico, edición especial*, no. 24, p. 49-53 y 88-89. México.

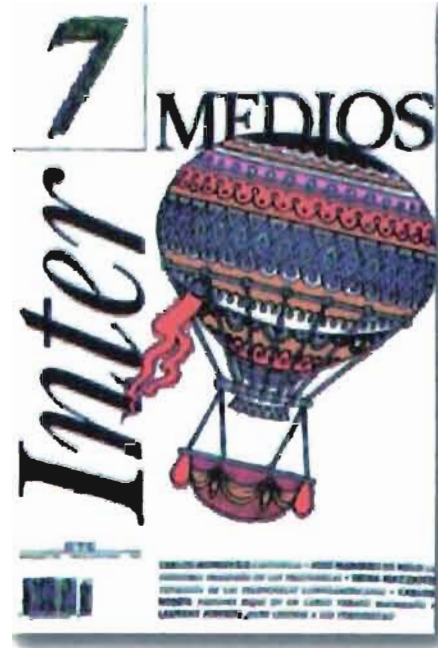
Retomando los elementos del proceso según Prieto Castillo, para poder hacer una mejor solución gráfico visual hay que construir un marco de referencia, investigar y aplicar conocimientos teóricos a los diseñadores, hay que estar en contacto con todo, o tener ese sentido de la investigación, ser curioso en todos los temas. Además de constatar que la deducción no se da por generación espontánea como pensamos, un buen proceso no es elegir al azar los colores y la tipografía, sino que viene de la

experiencia como diseñadores gráficos para saber que elemento funciona mejor en qué caso. Como podemos observar estas definiciones u opiniones no abarcan por sí mismas la totalidad de la disciplina. Podemos tomar elementos de cada una y enriquecer nuestra definición de diseño gráfico y de su función.

Podemos añadir que el diseño gráfico expresa, comunica, establece nuevas conexiones en la sociedad, tiene una utilidad inmediata, aunque puede ésta misma puede llegar a ser artística y surge de necesidades de comunicación social.

Además del análisis de su función, una gran mayoría de profesionales concuerdan en que la situación actual del diseño gráfico corre peligro. Esta problemática de definición de función del diseño gráfico entre los diseñadores gráficos actuales va de la mano con la falta de conocimiento de su teoría. Según Luis Rodríguez Morales, la teoría describe, explica, predice, evalúa y orienta la instrumentación del proceso de diseño. Evidentemente a mayor claridad y argumento de esta teoría, a mayor análisis de nuestra profesión tendremos como resultado un mayor campo de acción como profesionales del diseño y mejor dominio de la misma, dominio que nos llevará a situarla correctamente en la sociedad.

Es por esto que con el avance tecnológico y la falta de un soporte teórico los diseñadores solemos ser confundidos con técnicos que al dominar algunos programas de computadora colocamos imágenes en una composición, para que se vea bonito y llame la atención.



Diseño de Luis Almeida para la publicación *Intermedios*

Luis Rodríguez Morales nos comenta que al no conocerse un gran soporte teórico, la disciplina ha mostrado un regreso al dominio de las habilidades, sobre el desarrollo del conocimiento, además de que corre el peligro de ser considerada como un conjunto de habilidades a nivel técnico.

Puede ser un avance el partir de todos los elementos del proceso, tomando en cuenta las instancias económicas, políticas e ideológicas, según Daniel Prieto Castillo, que envuelven a un diseñador gráfico. Además de hacer una auto evaluación del propio trabajo objetivamente y observar como se conforma el mensaje desde el que lo crea, pasando por el diseñador, hasta el que lo recibe haciendo así un ejercicio de autocritica de la profesión que nos lleve a formular nuevos conceptos y enriquecer los recursos teóricos.

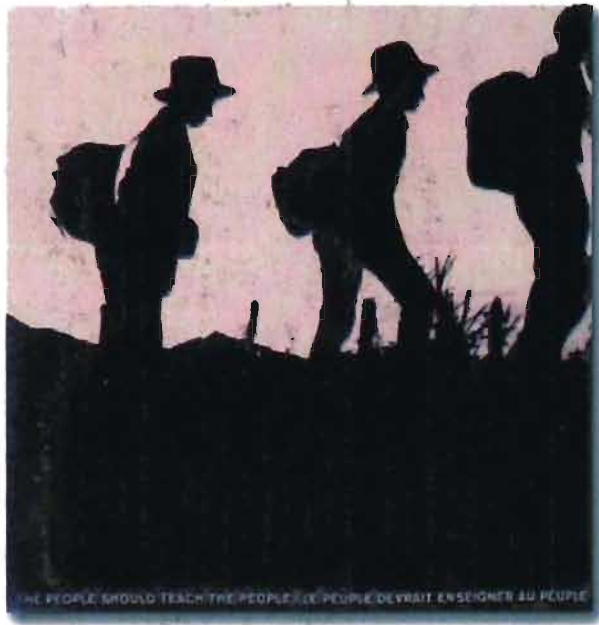
El diseñar es un proceso intelectual además de práctico y no es independiente de los demás procesos de la sociedad. Forma parte de toda una red de disciplinas que se encargan de mantener en movimiento a la sociedad, tanto económica como social y culturalmente. Al respecto podemos decir que para reivindicar el papel del diseñador gráfico en la sociedad, debemos preguntarnos qué tan eficaces somos, qué tan propositivos y sobre todo qué tan autocríticos.



Diseño de Luis Almeida para el *Polyforum Cultural Siqueiros*



La función del diseñador gráfico es entonces social y comunicativa, y para que esta función sea completa y ubique perfectamente la posición de la disciplina actualmente, es necesario enriquecer todos los recursos posibles, desde los recursos teóricos, técnicos y tecnológicos.



Diseño de cartel de Félix Beltrán.

1.2.2 Eficacia y deducción

Vicente Rojo, diseñador gráfico, industrial y artista plástico nos comparte en cierta entrevista con Francisco Santiago «...sucede que la eficacia del diseño se tiene que comprobar muy pronto, casi en el momento en que uno lo ha realizado.»³⁹ Es decir, que su función es inmediata, este es el momento de retomar la auto evaluación del trabajo, con la eficacia nos referimos a que si de verdad se cumple de la mejor manera, el proceso de comunicación, si el receptor percibe lo que se ha propuesto.

El lenguaje visual y los códigos que utilizamos nos ayudan a estructurar el mensaje gráficamente, al verlo terminado podemos evaluar si cumple con su función comunicativa. La eficacia surge como resultado de una buena comunicación, de una buena evaluación del medio para elegir los recursos teóricos y formales adecuados.

Nos comenta Francisco Santiago que «la eficacia es para Rojo la característica fundamental de un buen diseño»⁴⁰. Ser eficaz es una de las características de un buen diseñador, es generar soluciones gráficas rápidas, es decir, que cumplan con los tiempos y los sistemas de producción mencionados anteriormente y que además tengan una respuesta favorable de primera instancia del receptor. Si anteriormente mencionamos que diseñar es comunicar, entonces esa comunicación debe ser eficaz, rápida, clara, sin titubeos. El diseñador gráfico define los elementos visuales necesarios para agilizar esta comunicación.

Santiago, Francisco. (1996). "Vicente Rojo. Un pasajero en la frontera entre arte y diseño". *Art Design gráfico*, no. 23, p. 34-41. México.
Ídem



Diseño de Rafael L. Castro para el premio Quorum.

Rafael López Castro, diseñador gráfico mexicano nos comenta que el diseñador gráfico tiene como mala costumbre enamorarse de su solución gráfica, es decir realizar una solución gráfica visual poco objetiva, sin pensar en el mensaje y en aquello que es funcional, piensa que el que predomine la personalidad del diseñador en el trabajo afecta la comunicación. Nuestra función como diseñadores no es hacer imágenes que nos gusten a nosotros, que alimenten nuestro ego o nuestra opinión, sino hacer imágenes que funcionen, que cumplan con su cometido en la sociedad, es decir que si hacemos un cartel sobre tabaquismo, ese cartel convencerá al receptor que debe dejar de fumar, aunque la solución gráfica en primera instancia no sea exactamente lo que queríamos. Por eso mencionábamos anteriormente que debe existir una auto evaluación y evaluación del entorno del diseñador gráfico para obtener la mejor solución, «...es fácil detectar cuales son los objetivos, una de las principales dificultades que considero en la práctica del diseño gráfico es no sólo el alto nivel de deducción que se aprecia en su práctica sino la falta, diríamos que de bases sólidas para poder sustentar lo que serían mensajes más acordes con ciertas aspiraciones.»⁴¹ nos dice Félix Beltrán.

Como consecuencia de vivir un conflicto de la disciplina en la práctica teórica, existe actualmente entre los diseñadores gráficos un alto nivel de deducción, es decir, casi lo contrario al diseño eficaz y con análisis previo. El hecho de deducir la solución gráfica del mensaje hace que predomine nuestra personalidad sobre el trabajo. Entiéndase personalidad del diseñador gráfico como diferente al estilo.

Beltrán, Félix, 1996. "El diseño: ¿quién se decide?" *Al Diseño gráfico edición especial* vol. 24 p. 20-31 y 38-39. México.

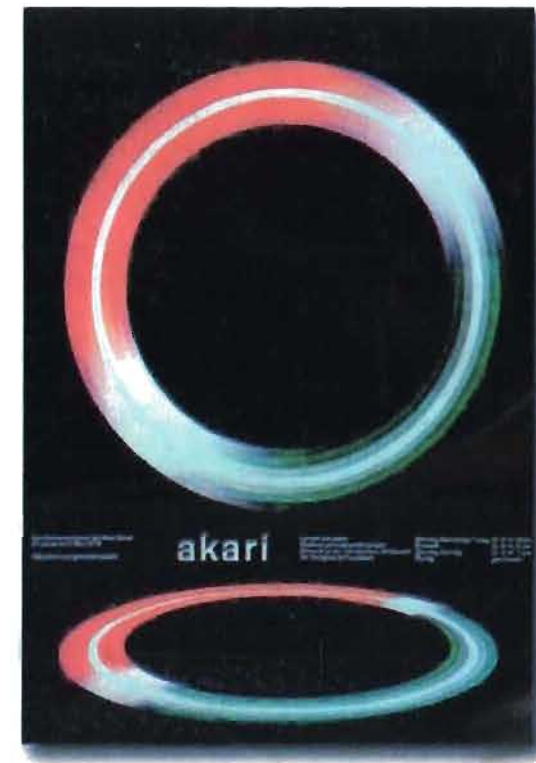
Con estas opiniones podemos añadir a la definición de diseño gráfico que lo ideal de su función es que sea eficaz, que reduzca su nivel deductivo e incremente su nivel analítico, que genere imágenes atractivas a la vista sin perder su función comunicativa y que utilice su interpretación del mensaje sin que predomine su visión subjetiva del mismo. Retomando los elementos mencionados anteriormente observamos que si las instancias sociales, políticas, culturales y económicas que rodean a un diseñador gráfico ya influyen sobre éste para realizar una solución gráfica visual, entonces es exagerado no ser objetivos con el propio trabajo, si seguimos modelos parecidos al de Daniel Prieto Castillo nos daremos cuenta que existe en la profesión mucho más que el dominio de un lenguaje de diseño gráfico, o el dominio de las habilidades técnicas; sino el poder oscilar e interactuar entre el dominio del lenguaje, de las habilidades, de la tecnología y de nuestro entorno social y cultural sin afectar al mensaje y hacer nuestro trabajo con el propósito de comunicar; así llegamos al análisis del buen diseño, el diseño eficaz, no deductivo.

1.2.3 El buen diseño

El buen diseño es el objetivo primordial de todo diseñador gráfico, pero el comunicar a través de las imágenes no es tarea fácil. «Abordar un proyecto de diseño requiere siempre de una buena dosis de información.»⁴². Para estructurar un buen diseño se necesita que el diseñador gráfico tome en cuenta todos los elementos antes mencionados, desde las instancias económicas hasta las instancias sociales e ideológicas, hacer

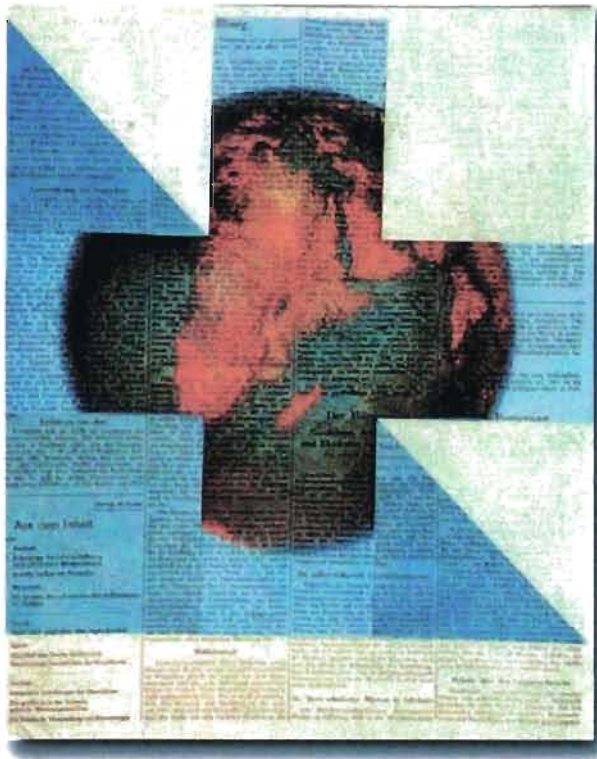
Varela, Antonio, 1996. "El buen diseño: ¿quién decide?" *Al Diseño gráfico*, vol. 24 p. 28-31. México.

una evaluación del receptor y una auto evaluación de la eficacia de su trabajo, además de que con cada trabajo es ideal el hacer un ejercicio de todos los conocimientos que se tienen sobre el lenguaje y el signo visuales, es decir, ejercer el dominio del código de signos visuales.



Diseño de cartel de Joseph Müller Brockmann.





Diseño de cartel de Joseph Müller Brockmann

Lo que define a los diseñadores gráficos además del conocimiento y reconocimiento del lenguaje visual, es que lo descontextualizamos del uso común corriente, del uso diario, para articularlo con nuestro propio lenguaje, es decir, el lenguaje del diseño gráfico. Podemos decir entonces que el lenguaje del diseño está contenido dentro de ese universo que es el lenguaje visual. El lenguaje de diseño utiliza códigos específicos de articulación de un mensaje basados en el orden, estructuras y categorías formales, además de técnicas visuales.

La conformación de ese código del diseño gráfico, nos permite decodificar los mensajes, rearmar las imágenes o tomar aquellas que nos parecen adecuadas para darles otro sentido, otro significado en beneficio del mensaje y pensando en el receptor de esas imágenes. El lenguaje visual usado entonces trata a la imagen y todas las leyes que la componen.

La verdad es que no hay fórmulas mágicas ni recetas para lograr un buen diseño, dependerá también de la creatividad del diseñador y de qué tanto quiere decir, lo que es cierto es que tener bastante información nos ayuda a concretar con más facilidad una idea. No hablamos solamente de información sobre el proyecto, lo cual está implícito sino información sobre el tema del que vamos a hablar, leer, conocer un poco sobre el tema.

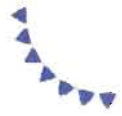
Es conveniente que nuestra postura sea crítica, abierta como pensaría Josef Müller Brackmann. Para éste diseñador tan importante, diseñador gráfico alemán, creador de Sistema de Reticulas, era una constante en su trabajo el mantenerse des-

pierto a todo lo que sucedía en la vida. «Uno tiene que estar siempre despierto a todo lo que sucede en la vida y ahí está la invitación de mantenerse despierto, de estar crítico, de percibir lo que sucede en nuestro entorno». ⁴³ Es conveniente analizar todo lo que nos rodea y cuestionarlo para poder tomar elementos de él, para que nos sirva de aprendizaje y de referencia.

Investigar nos da un marco de referencia de donde podemos partir para empezar a diseñar, el conocer nos da ideas, nos hace proyectar cosas diferentes, habrá incluso ocasiones en donde dentro de aquello que investiguemos encontremos la solución perfecta. Dentro de esta investigación podemos renovar, tomar elementos y darles un nuevo enfoque, un nuevo carácter. Como decíamos previamente, según nuestras convenciones culturales y nuestras relaciones sociales, las imágenes pueden ir adaptándose según el desarrollo de la sociedad y de la tecnología.

Dentro de este marco de referencia y convenciones culturales muchos diseñadores gráficos mexicanos comenten el error de utilizar elementos característicos de la propia cultura sin un análisis previo. Al investigar sobre un tema, la labor y visión del diseñador gráfico se amplía y enriquece su propuesta visual. Después de investigar sobre el tema de lo que vamos a hacer, se aplica todo lo que comentábamos previamente, primero el análisis formal, con esto me refiero a la elección de los elementos para configurar nuestra solución gráfica, posteriormente realizar un trabajo técnicamente limpio, preciso, pensar que podemos alcanzar niveles artísticos sin sacrificar el mensaje. Incluso habrá momentos en los que la solución final no sea de nuestro

Müller Brockmann, Josef. (1996). «Mi trabajo de lo subjetivo a lo objetivo». *Al diseño gráfico. edición especial no. 24*, p.73, 77 y 91-92, México



Diseño de cartel de Ivan Chermayeff.

agrado, sin embargo comunica y es funcional. Podemos generar propuestas agradables, sin olvidar su función y su cometido, imágenes con contenido.

El buen diseño se genera entendiendo que también somos comunicadores y que tenemos una gran responsabilidad, que trabajamos para que nuestras soluciones sean útiles, atractivas, inolvidables. «Así que ¿qué es un buen diseño?, Un buen diseño es para la gente de buen gusto a la que le gusta ver cosas con placer, el buen diseño es interesante, atractivo y algo que se recuerda. Crea una cierta inspiración, proporciona respuestas, el buen diseño, debe tener estilo y principalmente debe ser un símbolo de calidad.»⁴⁴

Rescatando algunos conceptos de la opinión de Paul Ibou, estamos de acuerdo en que el buen diseño tiene estilo y calidad; el estilo por supuesto del diseñador gráfico y la calidad técnica y conceptual que merece cualquier mensaje que perciba la sociedad. Puede proporcionar respuestas además de hacerte reflexionar sobre el tema que trata, crea cierta inspiración por su estilo, calidad y concepto.

Esto es debido al previo análisis del receptor, es ideal que éste se sienta identificado con lo diseñado. Sin embargo, a diferencia de Paul Ibou, pensamos que el buen diseño que no es sólo para la gente de buen gusto o educada en los asuntos del lenguaje del diseño gráfico, sino que es para todos, es uno de los ideales del diseñador gráfico, que sus trabajos sean siempre buenos diseños, que los disfrute todo el mundo; el buen diseño implica cum-

plir efectivamente con el proceso de comunicación y que es atractivo a la vista, para de esta manera ser más competitivo.

1.2.4 El proceso de diseño gráfico en tres etapas. Pre-producción, Producción y Post-producción.

Podemos observar que dentro del proceso del diseño gráfico existen etapas generalmente análogas a cualquier proceso productivo, como por ejemplo, la producción audiovisual. La pre-producción, la producción y la post-producción.

La pre-producción en un proceso es la primera etapa. En ella se dan lugar la reunión de todos los elementos disponibles para producir la propuesta gráfica, desde el contacto con el cliente, la investigación sobre el tema a comunicar, además de todo lo que implica el perfeccionamiento de la idea y del discurso a tratar, es decir, el darle forma a las ideas (aquí se incluye generalmente la etapa de bocetaje de un diseñador). El definir los elementos gráficos, compositivos y técnicos a usar en la propuesta además del apoyo de otros modos de producción como la impresión.

La producción es la etapa de realización, de conformación de la idea. De plasmar en el papel o en la computadora la idea pulida y adecuada. Esta etapa es la que más disfruta el diseñador gráfico, pues en ella se encuentran el uso del color, de las formas y de la tipografía; en esta etapa se ponen en práctica los conocimientos y se alcanza la calidad técnica u conceptual. Podemos decir que es el momento esperado.

⁴⁴ Ibou, Paul (1996). «Comunicación visual. Quo-vadis, solo las ideas cambian...» *Al Diseño gráfico, edición especial* no. 24, p.61-65, México.



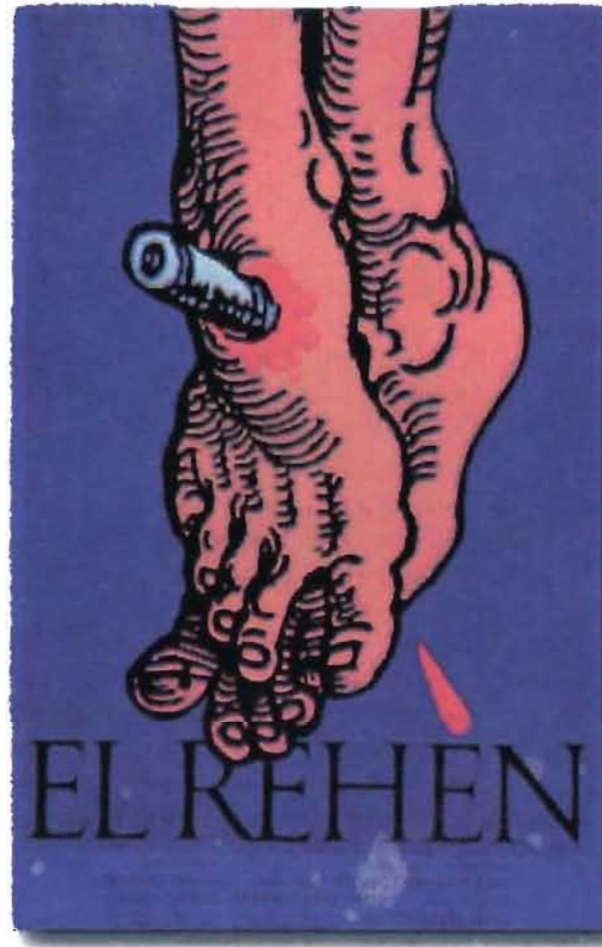
el momento de proyectar el mensaje. La postproducción es la etapa final, que en el caso de diseño gráfico es donde se llevan a cabo todos los acabados, ornamentos y empaques de lo diseñado. Por ejemplo, en el diseño de un libro, esta etapa sería la de encuadernación, refino y empaque. En la ilustración, sería la entrega del trabajo al diseñador, el escaneo de imágenes, y el ver la ilustración impresa. En la producción audiovisual por ejemplo, sería la etapa de análisis, de proyección o presentación según sea el caso.

Cada uno de los elementos del proceso de diseño gráfico, desde el diseñador hasta el receptor pueden estar inscritos en una o en las tres etapas del proceso, por ejemplo, el diseñador gráfico se encuentra en las tres etapas pues es el encargado de llevarlas a cabo, de igual forma que el receptor que es el objetivo del diseñador gráfico. Los medios y recursos por ejemplo estarían inscritos en la etapa de producción, donde se realiza técnicamente y conceptualmente el trabajo, etc.

1.2.4.1 Niveles del mensaje visual: representación, simbolismo y abstracción.

La tarea de los diseñadores gráficos consiste en la estructuración de mensajes gráficos visuales. «El conocimiento en profundidad de los procesos perceptivos que gobiernan la respuesta a los estímulos visuales incrementa el control del significado»⁴⁵ Esto no quiere decir que todo diseñador debe dominar completamente, casi como un psicólogo, los procesos perceptivos del hombre, sin embargo, el conocimiento

⁴⁵ A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili, pag. 51



Diseño de cartel, Rafael López Castro.

cualitativo de esos procesos, específicamente de la percepción visual, apoya evidentemente el contenido de la respuesta gráfica, pues todo aquello diseñado influirá directamente al receptor de la manera esperada. Según Dondis, el mensaje visual se expresa y recibe en tres niveles:

Representación. La representación comienza con la capacidad del hombre para retener información visual, es decir, para registrar en su cerebro todo aquello que ve. Ese almacenaje o memoria visual puede ser usado para experiencias posteriores, es decir, conforme almacenemos más información visual, tendremos más referentes para hacer analogías con la realidad, es adquisición de conocimiento. El paso siguiente, es la reproducción de esa información visual de diferentes maneras. El primer método natural de reproducción fue el dibujo, los pictogramas hechos por el hombre prehistórico para contar una historia o un suceso.

La representación se encuentra en la etapa de producción. El acto de representar implica los dos anteriores, traducción e interpretación. Representar es lo que hacemos como diseñadores gráficos mediante la definición de los criterios adecuados para la solución gráfica, es el convertir en imágenes el mensaje. Es el uso del color, el formato, la tipografía y la diagramación adecuadas para hacer un buen diseño, es el empleo de los recursos técnicos y conceptuales que dan vida a lo diseñado. En la representación se unen técnicas, concepto y estilo, es el discurso del diseñador gráfico en acción.





Representación de la pesca y caza que realizan los esquimales.

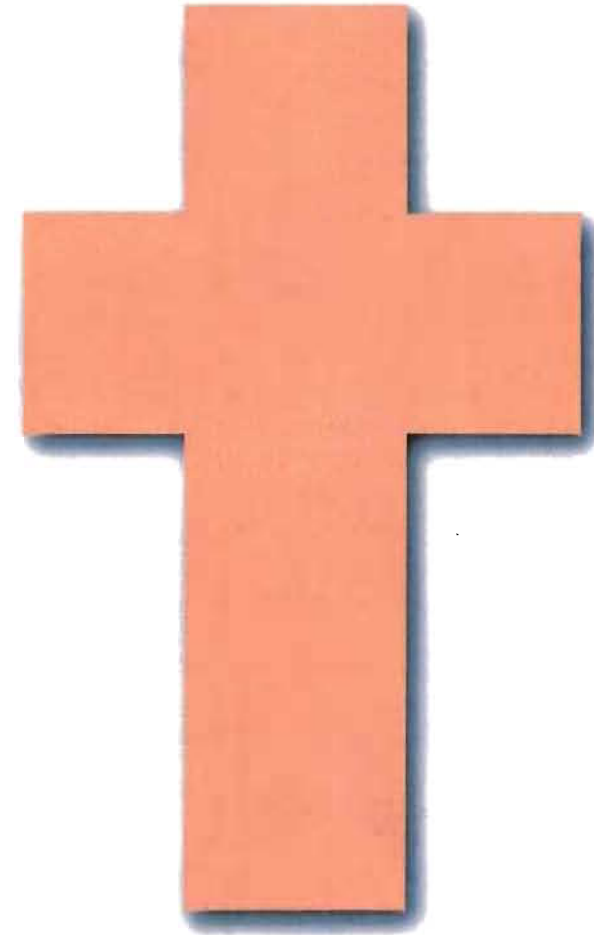
El primer método no natural de reproducción de la realidad fue la cámara fotográfica, ese aparato encargado de plasmar en placas aquello que la luz le permitía imprimir. La representación siempre se verá influida por los pensamientos subjetivos, la interpretación de la realidad es única para cada ser humano de igual manera que su forma de reproducirla. Es ideal que el proceso de representación no natural, esté regido por la inspiración, entendiendo inspiración como el proceso por el cual el hombre desarrolla su creatividad mediante la observación de su entorno y de otras representaciones diferentes a las suyas, además del método.

El proceso de representación se origina por la necesidad de imitar la realidad; las fotografías siempre registraban imágenes en espacio y tiempo reales, los dibujos realistas eran generalmente

usados para dar especificaciones técnicas o anatómicas, de cualquier objeto o animal. Con el avance tecnológico estos procesos alcanzaron lo que ahora conocemos como video, TV y cine.

Con ese desarrollo las intenciones y métodos de representación evolucionaron, ya no era tan necesario ser realista como fotógrafo o artista, se podían tomar los elementos más importantes de lo visto y construir otra imagen totalmente diferente. Así llegamos al siguiente nivel, el de abstracción. Este proceso de abstracción puede ser simbólico o puro.

Simbolismo. La abstracción hacia el simbolismo consiste en conseguir la simplicidad visual eligiendo de la realidad sólo los elementos importantes sin perder la esencia de lo representado.



Símbolo. Cruz católica.





«Un símbolo, para ser efectivo, no sólo debe verse y reconocerse sino también recordarse y reproducirse.»⁴⁶ El símbolo retiene las cualidades del objeto a representar, el mensaje visual como símbolo depende del conocimiento previo del receptor respecto a tal mensaje, depende de si el receptor tiene en su memoria visual alguna imagen parecida o es la primera vez que la adquiere. Depende también del tiempo que ha sido expuesto el receptor al mensaje para que lo entienda, etc. El significado de los símbolos y atribuida por el hombre, es una convención social.

El símbolo es sencillo y tiene como referente una idea, un grupo, una institución o un sentimiento. Mientras más abstracto sea, será mejor su función, es decir, mientras menos detalles tenga se convertirá fácilmente en el lenguaje visual de la mayoría como las letras o las notas musicales.

Abstracción. «Cuanto más representacional sea la información visual, más específica es su referencia; cuanto más abstracta, más general y abarcadora. Visualmente, la abstracción es una simplificación tendente a un significado más intenso y destilado».⁴⁷ El proceso de abstracción (perceptual) elimina la información innecesaria para la representación de algo extraído de la realidad, la abstracción como medio de expresión puede tener un referente directo de la realidad o simplemente ser una representación intuitiva donde no existe un referente.

La abstracción está relacionada con la pintura y la escultura del siglo XX, cada nivel de la configuración de mensajes visuales

⁴⁶ A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili, pág. 88

⁴⁷ *Ibidem*, pag. 91



Abstracción.

interactúa con el otro. «El proceso de creación de un mensaje visual consta de una serie de pasos que van desde los primeros bocetos de prueba hasta la elección y decisión finales, pasando por versiones intermedias cada vez más refinadas.»⁴⁸ Este proceso de creación es único y especial de cada quien. Los tres niveles antes mencionados funcionan de acuerdo al proceso de percepción visual del creativo y del receptor. En el momento en que el receptor ve el mensaje empieza su proceso de registrar información visual para después entrar en la reconfiguración de esa información en otro mensaje visual.

⁴⁸ A.Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gili, pág. 100

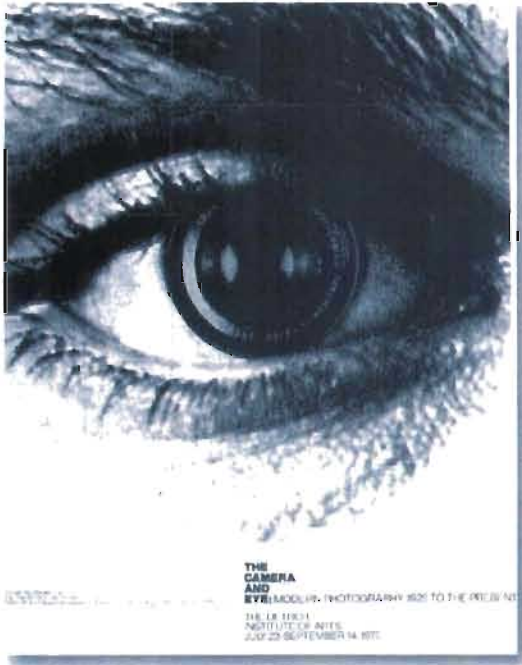
Además de estos niveles del mensaje visual que tienen que ver con la producción del mismo, hay ciertos procesos que también se incluyen en las tres etapas del diseño gráfico, como la traducción, la interpretación, y la transformación, para llegar a la solución gráfica y visual, para la estructuración del mensaje visual. «Siempre he pensado que para hacer buen diseño gráfico hay que hacer un acto de traducción... el buen diseño en realidad es una traducción de palabras en imágenes.»⁴⁹ opina Henry Wolf, diseñador gráfico especializado en carteles con fotografías. Retomando la idea del buen diseño Henry Wolf nos explica que en el proceso de diseño gráfico existe otro elemento importante, ésta es la traducción, el cambio de código de signos, de palabras, mejor dicho, ideas a imágenes, es el uso de diferentes códigos proyectando la misma idea y formulando un discurso visual.

Katherine McCoy, diseñadora gráfica especializada en cartel, nos dice en cambio «...los diseñadores tienen que interpretar los mensajes de los clientes y luego la interpretación de las personas que los ven y de los públicos al recibir los mensajes.»⁵⁰ Esta diseñadora gráfica nos comparte otro elemento dentro del proceso de diseño gráfico, la interpretación, es decir, de obtener y proyectar un significado en el mensaje, significado aportado por el cliente, idealmente en conjunto con el diseñador gráfico; además de analizar cuál sería la posible reacción o interpretación del o los receptores cuando estén en contacto con el mensaje, gracias a este análisis es posible hacer un buen diseño. Aunque la traducción al español de la conferencia de McCoy no es muy afortunada, puede entenderse que la interpretación, es decir, el asimilar el significado del mensaje es subjetivo, pertenece a la

⁴⁹ Wolf, Henry. (1996). «El nuevo diseño puede ser rápido y barato, pero ¿es mejor?». *Al Diseño gráfico, edición especial* no. 24, p.79-83 y 92-93. México.

⁵⁰ McCoy, Katherine. (1996). «Discurso gráfico» *Al Diseño gráfico, edición especial* no. 24, p. 87-91 y 90-91. México.





Diseño de cartel de Katherine McCoy.

experiencia y opinión de cada individuo. Lo más importante para nosotros es la interpretación que le da el diseñador gráfico al mensaje, ya que esa es la base de su posterior representación, idealmente, la interpretación de mensaje debe encontrarse entre cliente y diseñador.

Para Per Arnoldi, diseñador gráfico, especializado en imágenes reticentes, por ejemplo tiene que existir el binomio cliente-diseñador y acordar qué es lo que los dos quieren decir. «Trato de hacer que el mensaje sea claro, sea comprensible, que se pueda leer, que sea visualmente limpio, interesante, fascinante, pero que constantemente sea una versión clara de lo que y o el cliente queremos decir.»⁵¹ La traducción y la interpretación, van de la mano y se encuentran en la etapa de pre-producción.

La transformación empieza en la etapa de producción y culmina en la etapa de post producción. En el momento de la representación gráfica del mensaje, de la producción del trabajo ya se inició una transformación, la transformación de la idea al papel, al signo visual y su función se extiende hasta que este mensaje hace contacto con el receptor. Este mensaje comunicará, cuestionará, hará reflexionar, invitará al receptor a todo aquello de lo que hable el mensaje. En el momento de que el receptor actúa y reacción frente a lo diseñado hay también transformación, hay acción social. El diseñador gráfico ya entró en la mente del individuo con sus imágenes, representando el discurso del cliente de la mejor manera posible.

Müller Brockmann comenta que nuestro compromiso como comunicadores visuales, «es doble siempre y cuando tomemos en cuenta que realizar un trabajo que se vea es una buena manera de auto criticarnos como profesionales, el ver el efecto que tienen nuestros productos en el público al que van dirigidos».⁵² Si se obtiene el resultado deseado, la comunica-

ción tuvo éxito, se hizo un buen diseño. Pensemos que hasta este momento tenemos varios elementos para obtener un buen diseño, el dominio de los colores y las formas, las estrategias compositivas, la conciencia de la eficacia y de la deducción, el conocimiento de lo que va detrás de nuestro diseño en cuanto al cliente, nuestra función social como diseñadores, además del conocimiento de las etapas del proceso.

Por el momento podemos concluir que conocemos los elementos básicos del proceso de diseño gráfico, su objetivo, su función social, las etapas del proceso, además de una serie de criterios que el diseñador gráfico utiliza en la producción de un diseño. Podemos enriquecer estos criterios añadiéndole un elemento más contenido en la etapa de producción, característica de la representación de un diseñador gráfico: el estilo.

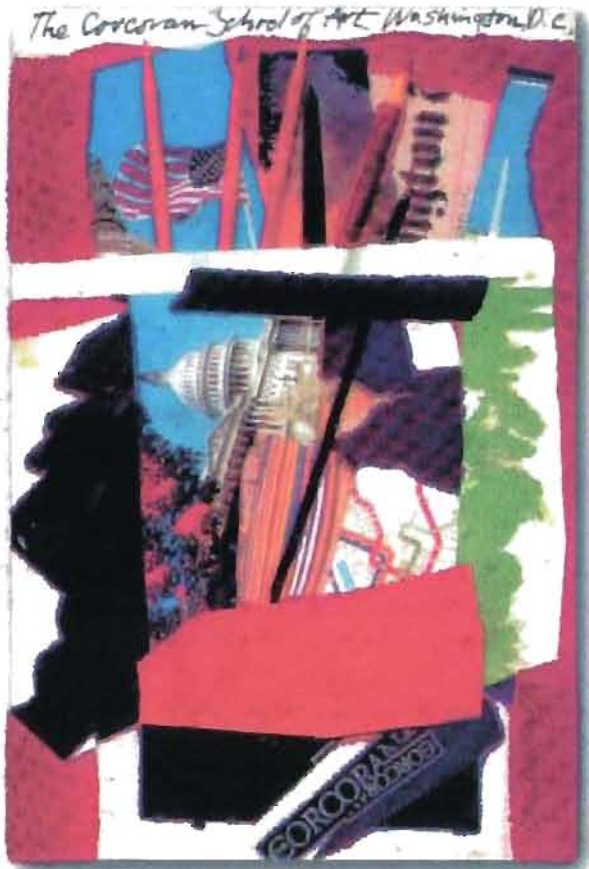
1.2.5 Estilo

El estilo puede definirse como la manera única en que cada quien hace su trabajo, en que elige los elementos formales para su diseño, y la forma en que lo presenta.» Cada uno es un genio, cada uno entra en el mundo una sola vez y su manera de ser y de hacer las cosas es única.»⁵³ esta frase de Josef Müller Brockmann encierra perfectamente lo que es el estilo para el diseñador, es nuestra manera única de hacer las cosas, es el modo de representar, el cómo dices lo que tienes que decir con imágenes, es tu discurso visual. Eso es particular de cada diseñador gráfico, es como su marca distintiva, es la manera de representar técnica y prácticamente el discurso. El estilo va de

Arnoldi, Per. (1996). «El viaje: naciendo de la idea a la forma». *Al Diseño gráfico, edición especial no. 24*, p. 4-47 y 87-88. México.

Müller Brockmann, Josef. (1996). «Mi trabajo de lo subjetivo a lo objetivo». *Al Diseño gráfico, edición especial no. 24*, p.73-77 México.

Müller Brockmann, Josef. (1996). «Mi trabajo de lo subjetivo a lo objetivo». *Al Diseño gráfico, edición especial no. 24*, p.73-77 y 91-92. México.



Diseño de cartel. Ivan Chermayeff.

la mano con las herramientas de un diseñador gráfico, además del uso de técnicas visuales y técnicas gráficas. El que un diseñador gráfico o ilustrador elija trabajar con pinceles, cutter y papel a diferencia de otro que utilice la computadora define su estilo, además que la forma en que traza, en que hace sus composiciones visuales define su estilo.

Sabemos que antes que el estilo que puede ser explosivo, emotivo, racional, simple o complejo, se encuentra si un diseñador es honesto con el proceso de comunicación, con su realidad y con sus pensamientos.

Por ejemplo: Félix Beltrán gusta de la reticencia, empezó su trabajo usando papeles de diferentes colores y estilógrafos; Alejandro Magallanes, aplica figuras con contornos indefinidos usando la técnica del gouache y el acrílico, sus composiciones están basadas en la economía y la simplicidad. Iván Chermayeff, prefiere el collage, el recorte de piezas de papel que generen un diseño excitante, utiliza como técnica visual la exageración, la profusión y la unidad; Rafael López Castro, por ejemplo, es nacionalista y explota los colores de nuestra cultura mexicana, además de hacer casi siempre imágenes atrevidas.

Las imágenes que muestre un diseñador gráfico deben estar en concordancia con su realidad social, evidentemente su estilo reflejará su realidad desde su punto de vista y entrará en competencia con otros muchos estilos y otras muchas maneras de hacer las cosas.



Diseño para Artes de México. León Sahagón

León Sahagón, diseñador gráfico e ilustrador, nos comenta «No se trata de inscribirse en el equipo emotivo o el racional, sino de aprender de la propuesta que nos ofrece el diseño emotivo y tomar de ella lo que nos funcione.»⁵⁴ A diferencia de León Sahagón pensamos que el estilo no puede sólo ser encasillado en emotivo o racional. Los criterios para analizar un estilo se encuentran en la composición, en las técnicas gráficas y las técnicas visuales.

El estilo se encuentra en la etapa de producción, aunque no es más importante que la estructuración conceptual del mensaje, podemos decir que es el paso posterior a definir completamente el discurso, el concepto, en la solución gráfica.

⁵⁴ Sahagón, León. (1997). "Diseño racional y emotivo, la difícil transición". *Matiz gráfica del diseño internacional*, no. 8, p.24-27. México.

1.2.6 La tecnología al servicio del diseño

El diseño gráfico tiene una esencia transformadora, es más que el poder colocar figuras en el papel y tener un resultado sólo favorecedor. El diseño gráfico tiene que ver con la percepción, con la teoría del color, con todas aquellas estrategias compositivas que dan origen a una imagen reveladora, impactante, desafiante, que nos dé nostalgia, nos haga recordar sonidos y ambientes, que nos sumerja en su mundo, que nos despierte las ganas de cuestionar lo que vemos y precisamente los que nos dedicamos a esta disciplina debemos tener dos herramientas, la de observar y criticar todo aquello que vemos y leemos para poder aprender y saber hacia donde va la tendencia de diseño gráfico en ese momento o para poder proponer algo diferente; y la de transformar una idea, un concepto en una imagen. «El objeto de la tecnología es mejorar las cosas y los procesos que ya existen. Pero los avances tecnológicos traen como consecuencia que los cambios ocurran también en las culturas que los provocaron».⁵⁵

Pensamos que una de las cualidades de los diseños es la innovación y en el caso del diseño gráfico, de innovar a través de la imagen. En esa premisa de innovación el desarrollo económico y social ha dado paso al desarrollo de la tecnología. «La tecnología es una interfase del progreso que requiere distintos profesionistas para trabajar unos con otros, los que diseñan un empaque necesitan de un técnico y éste podría necesitar de un ingeniero o un arquitecto y sin duda en cada proyecto es necesario un diseñador gráfico».⁵⁶ El uso de la tecnología no se refiere sólo al ordenador sino a todo un proceso interdisciplinario en donde conver-

gen conceptos de arquitectura, diseño industrial, ergonomía, fotografía, etc. Eso es la tecnología, interactuar con otras disciplinas para mejorar la nuestra, tomar los mejores elementos y aprovecharlos para innovar.

Entendemos tecnología como el estudio de los métodos y procedimientos relativos a una rama de la industria y como el conjunto de términos técnicos relativos a las ciencias, artes y oficios; quiere decir entonces que el desarrollo de la tecnología para beneficiar al diseño gráfico implica no sólo la innovación de herramientas que faciliten el trabajo, sino el innovar también los métodos y procedimientos propios del diseño gráfico, apoyados por las herramientas, por lo técnico. La disciplina se ha servido de las herramientas que cada época o movimiento cultural le ha ofrecido desde su origen, esto por supuesto le ofrece versatilidad. «En nuestro estudio seguimos trabajando con las manos, hacemos muchos dibujos, pero también trabajamos mucho con las computadoras, yo no creo que una forma sea mejor que la otra, más bien se trata de herramientas complementarias.»⁵⁷

La herramienta que nos ofrece la tecnología en esta época es la computadora, máquina que ha acelerado el proceso de producción del diseño y todos los procesos que le suceden, como la impresión. El uso del ordenador en el diseño genera polémica, no por su rapidez para estructurar, sino porque su uso ha dejado a un lado otras características importantes del diseño como el bocetaje o el dibujo. No es lo mismo saber manejar software de diseño que explotarlo al máximo porque ya sabe-

mos diseñar. Esta herramienta nos ofrece ampliar la concepción técnica de nuestro trabajo y gracias a ella podemos proponer soluciones diferentes, esto se convierte en innovación dentro de la tecnología.

Creemos que la disciplina del diseño gráfico ha perdido un poco su verdadero objetivo, de resolver necesidades específicas, enfocándose exclusivamente a diseñar por diseñar, es decir, maquilando soluciones gráficas sin pensar en el verdadero trasfondo social y cultural que un resultado de diseño tiene, el diseño gráfico no debe perder su criterio de catalizador social. Dentro de este comentario podemos mencionar que hay un problema que nos intranquiliza como profesionales, tanto ha sido el desconcierto de la nueva tecnología que los mismos profesionales pensamos que sólo somos técnicos en diseño cuando no es así, Ken Cato, diseñador de logos, etiquetas y carteles muy importantes piensa que la tecnología efectivamente nos está alcanzando, como si no tuviéramos ya nada más que ofrecer, lo que necesitamos son nuevas ideas, nuevas propuestas que crezcan a la par del desarrollo de los métodos y procedimientos y del proceso mismo de diseño gráfico.

El innovar, el tener nuevas ideas se presenta como un ciclo constante dentro de las tres etapas del diseño gráfico. En la etapa de pre producción, en el momento de interpretación del mensaje los recursos y criterios para generar el mensaje visual pueden ser alternativos a las modas y a las tendencias generales de uno o varios grupos sociales. En la etapa de producción se puede innovar mediante la transformación o mejoramiento

Rovalo, Paul, y Martino, Erich. 1993. *Mano gráfica del diseño internacional*. no. 14, p.18. México.

Peters, Michael. 1997. "¿Hay necesidad del diseñador gráfico en el siglo 21?" *4. Diseño gráfico internacional* no. 30, p. 44-47. México.

Greer, Malcolm. 1997. "Adentro afuera" *4. Diseño gráfico internacional* no. 30, p.62-65. México.





del estilo, mediante el uso de otras herramientas y otras técnicas visuales. En la etapa de post producción se puede innovar mediante el análisis y evaluación del trabajo recién hecho y expuesto al receptor para mejorar el próximo trabajo.

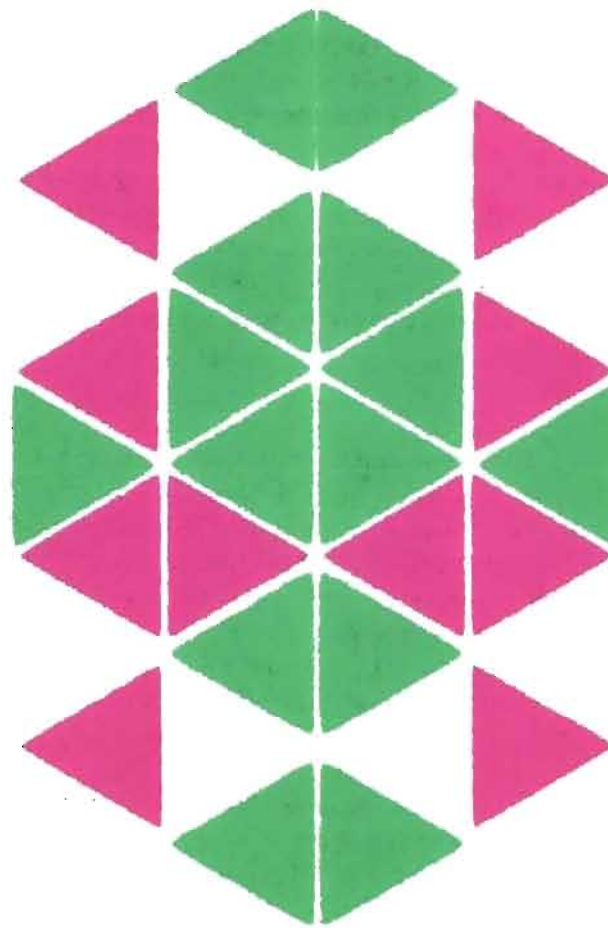
Concluimos en esta parte que el diseño gráfico forma parte del proceso de comunicación humana y es a su vez un proceso de comunicación. Utiliza el lenguaje visual y genera su propio lenguaje, utiliza códigos de signos y leyes de composición. El diseño gráfico comunica, es utilitario, tiene una función social, se puede desarrollar en tres etapas pre producción, producción y post producción, debe enriquecer su campo teórico y utilizarlo para la conformación de mensajes visuales, además de dominar las habilidades técnicas, debe aprovecharse de la tecnología, ser eficaz, no deductivo y tener un estilo.

1.3 Composición

La composición implica estructuración, configuración, orden, es sinónimo de buena construcción. «Composición, literal y generalmente hablando, significa reunir y disponer cosas, formando un solo conjunto, de modo que todas ellas contribuyan a constituir la naturaleza y la bondad del mismo conjunto»⁵⁸. La composición parte de la idea del autor y se desarrolla mediante una serie de decisiones formales que puedan llegar al buen diseño. En el área del diseño gráfico el término composición designa «la tarea de disponer en el espacio-formato varios signos, según una idea directriz, para obtener un resultado estético que provoque el efecto deseado y una lectura fácil y agradable»⁵⁹

⁵⁸ Fabris, Germani. *Fundamentos del proyecto gráfico*. España: Editorial Gustavo Gili, p.13

⁵⁹ *Ibidem*, p.14



composición modular

El concepto de composición es fundamental para el diseño gráfico, es la base del dominio del código de signos visuales, es la manera en que hacemos nuestro discurso visual, en que disponemos los elementos visuales en un soporte hasta hacer un todo armónico. La base de una buena respuesta gráfica visual se encuentra en la composición, en el orden, en la armonía.

Según Germani Fabris, la tarea de disponer consiste en la labor de tomar decisiones de estructura, colocar los elementos; el espacio-formato es el área visual y gráfica de trabajo; los signos son los elementos formales a usar; la idea directriz la aporta el diseñador en este caso, su concepto del diseño, el qué tiene que decir y cómo; el resultado es la solución gráfica armónica, agradable a la vista; que provoque el efecto deseado significa que el receptor percibirá el significado de la imagen que el diseñador quiso darle y la lectura fácil y agradable significa que sea comprensible de una manera rápida y eficaz.

El espacio-formato y los signos son los medios prácticos; la idea y el efecto son los medios psicológicos e intelectuales de la operación compositiva. Según A. Dondis el proceso de composición es el paso más importante de la resolución de un problema visual. Este proceso involucra la sintaxis, igual que en lenguaje escrito y sus leyes para ordenar los signos fonéticos, la imagen tiene una manera de escribirse, de ordenarse para ser entendida, es decir, tiene su propia sintaxis. Esta sintaxis contiene a las leyes de composición visual y a sus elementos básicos. Este proceso de sintaxis aún deja suspendido el problema de la eficacia de aquello que ya está ordenado, de la función de los signos



visuales para el efecto deseado, es decir, el usar el proceso de composición con inteligencia y en sincronía con el proceso perceptual del receptor.

El efecto compositivo está regido por tres energías básicas, energías que gobiernan las soluciones gráficas: el ritmo, la simetría y la intensidad. El ritmo es la sucesión y armonía de los valores visuales; la simetría se genera cuando hay un equilibrio de fuerzas y formas que pueden o no contrastar; la intensidad se manifiesta por la relación entre los elementos ordenados en el campo compositivo, la intensidad es una tensión de relación, es decir, es la calidad de tensión entre los elementos visuales de una composición. Existen dos criterios de composición básicos, «las composiciones formales y las composiciones informales.»⁶⁰

1.3.1 Composición visual: categorías formales y técnicas visuales.

Las composiciones formales y las informales usan como criterios principales las llamadas categorías formales y las técnicas visuales, conceptos que ayudan a la estructuración formal de lo diseñado. Éstos, manejan las posiciones, direcciones y pesos de los elementos gráficos. Las categorías formales tienen como fundamento el orden y la armonía; y las técnicas visuales el contraste. Son aquellas que se basan en una estructura matemática, que maneja las posiciones y direcciones de los elementos gráficos. Gracias a las categorías formales, entendidas como leyes de composición, se argumenta teóricamente una propuesta gráfica, ya que está sustentada en conceptos que nos ayudan a estructurar el mensaje visual.

⁶⁰ Wong, Yui-chiu: (1987). *Principios del diseño en color*. España: Editorial Gustavo Gili, p.10 y 14.

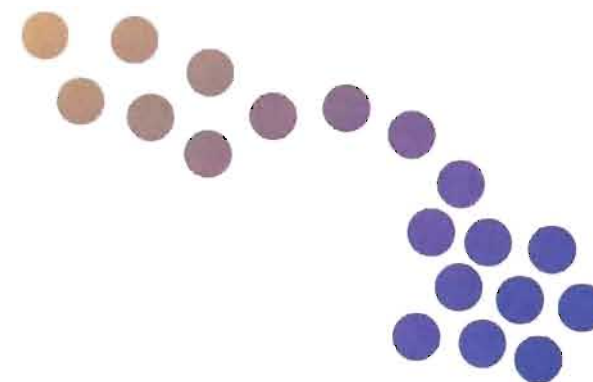
Categorías usadas por las composiciones formales: Las composiciones formales son aquellas que se basan en una estructura matemática y de orden, se basan en las operaciones de simetría: traslación, rotación, reflexión y dilatación.

Categorías formales usadas en las composiciones informales: Las composiciones informales no dependen de una estructura matemática sino de la sensible creación de un orden asimétrico y una unidad general mediante elementos dispuestos libremente, esto no impide que estas composiciones sean armónicas.

Gravedad

Tomando en cuenta esa preferencia perceptual por el extremo inferior izquierdo de los campos, el diseñador manipula las formas de acuerdo a su peso y al modo en que estos pesos serán percibidos para que determinado elemento o conjunto tenga mayor atención en el receptor. Aquellos signos visuales que se acerquen más al extremo inferior de los campos, tendrán más peso visual sobre el conjunto que los demás. Es una analogía del efecto de la gravedad terrestre sobre los cuerpos.

El manejo de la gravedad en la composición contribuye a la sensación de estabilidad e inestabilidad, afecta al equilibrio. En cuanto más esté un elemento paralelo al inferior del campo dará la sensación de más estabilidad. Mientras más gire en su eje o cambie de dirección respecto a ese extremo inferior dará la sensación de inestabilidad.



gravedad

Contraste

En la composición el contraste es la comparación de signos diferentes, ayuda a la identificación de las formas y a aumentar la variedad visual. En la toma de decisiones formales para una composición inteligente el contraste se genera gracias al conocimiento de los procesos de nivelación y aguzamiento perceptuales. Contrastar significa estar en contra, esta técnica de composición usa el manejo de contrarios que busquen un énfasis visual, se utiliza en función del significado de la imagen. El contraste influye tanto en las características formales del diseño así como en los efectos espaciales.

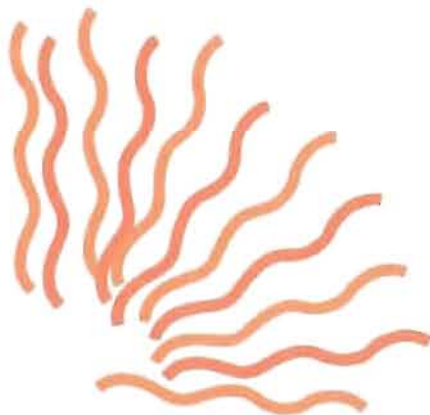




Ritmo

contraste

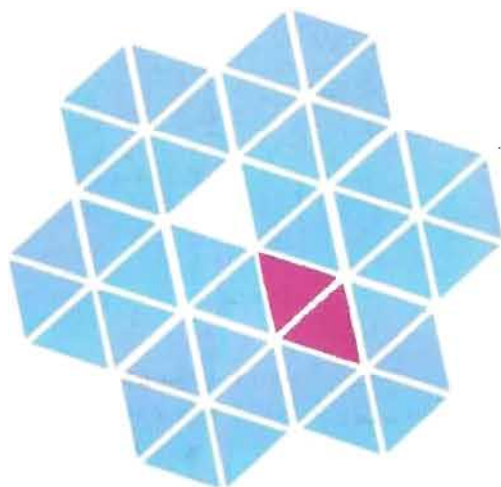
El ritmo como técnica compositiva manipula las direcciones de los elementos y los espacios entre ellos. En un diseño la secuencia intermitente entre espacios amplios y estrechos genera la sensación de movimiento.



ritmo

Centro de interés

Una composición informal se enfoca generalmente en un centro de interés o acento visual; un área donde todos los elementos de la composición recurren o interaccionan ayudando al interés visual.

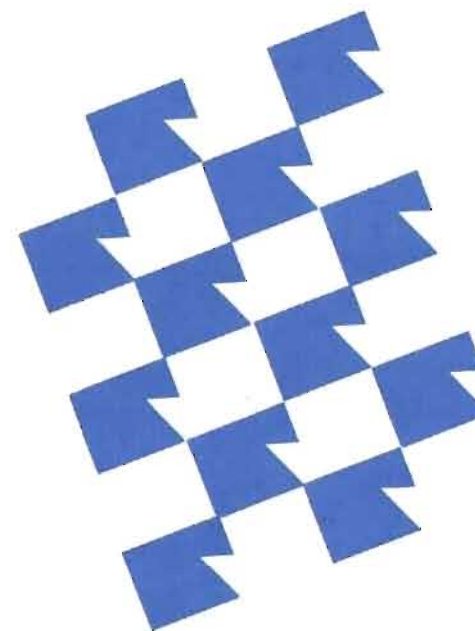


centro de interés

Espacio

Podemos decir que el espacio ocupado en un plano se le llama positivo, y el espacio no ocupado negativo, si se aplican algunos criterios de las composiciones formales, el espacio negativo puede convertirse en positivo mediante la superposición, traslación o rotación del espacio positivo o simplemente a través del uso de contrastes tonales.⁶¹

⁶¹ Conceptos tomados del libro *Principios del diseño en color* de Wucius Wong.



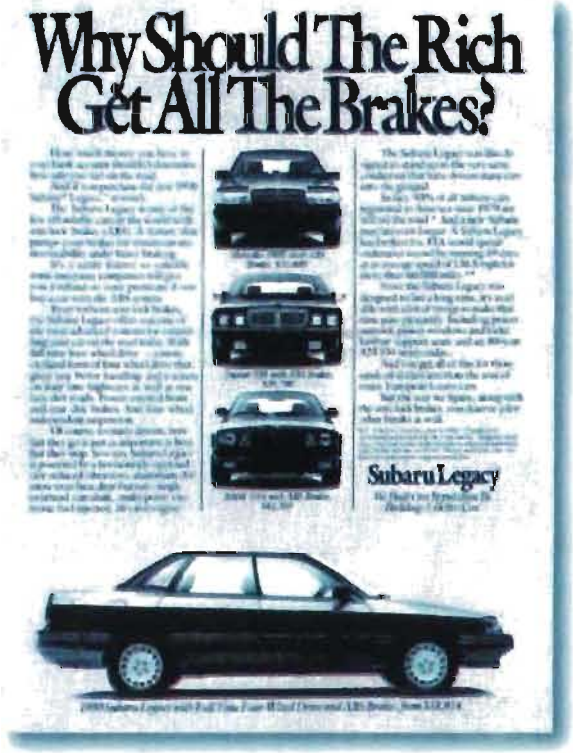
espacio

Las técnicas visuales se basan en el contraste, es decir en los contrarios, existen como polos opuestos de una misma línea. «Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia paleta de medios para la expresión visual del mensaje».⁶² Estas categorías y técnicas visuales nos ofrecen un marco conceptual que nos otorgará más libertad compositiva en la propuesta. Para más información respecto a las demás categorías, consultar el libro *La sintaxis de la imagen* de D.A. Dondis.

⁶² A. Dondis. (1992). *La sintaxis de la imagen*. México: Editorial Gustavo Gill, pág. 129



Equilibrio-Inestabilidad El equilibrio se basa en la percepción visual humana y la necesidad del ser humano por el mismo, en ella existe un centro de gravedad. La inestabilidad es la ausencia visual de equilibrio, es la presencia de tensión visual.



Equilibrio. Anuncio sobre la tecnología del modelo Subaru.



Inestabilidad. Anuncio japonés de la compañía Cosmo Securities Co.

Simetría-Asimetría La simetría se presenta generalmente en forma de equilibrio axial, es decir, que el elemento que se presentará del lado izquierdo de este eje visual debía tener la misma forma o peso visual del otro lado del eje, aunque puede verse enriquecida controlando pesos visuales en el plano sin que éstos surjan de un eje axial; de hecho las composiciones que anteriormente llamamos informales utilizan las cuatro diferentes operaciones de simetría. Su contrario es la asimetría, en donde el eje axial visual pierde importancia dentro del formato y no rige la composición.



Simetría. Anuncio para la compañía Yamaha.





Asimetría. Anuncio para la compañía Yamaha.

Regularidad-Irregularidad La regularidad favorece la uniformidad de elementos, un orden seguro y estable. La irregularidad favorece a la asimetría y no se ajusta a un orden seguro de los elementos.



It Looks Just As Stupid When You Do It.

Regularidad. Anuncio del Departamento de Salud de Minnesota.

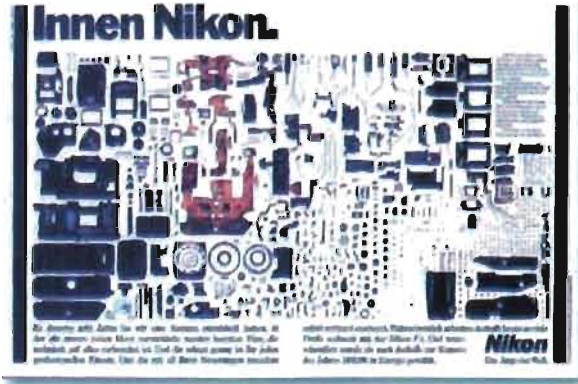


Irregularidad. Anuncio para la campaña Salven al Mundo.

Unidad-Fragmentación La unidad es un equilibrio adecuado de los elementos visuales creando la sensación de que solo es un elemento. La fragmentación genera la sensación de descomponer los elementos desordenándolos, aunque conserve el aspecto de un todo homogéneo.



Unidad. Publicidad para la firma Liz Claiborne.



Fragmentación. anuncio para la empresa Nikon.

Reticencia-Exageración La reticencia es la técnica visual donde se obtiene la mayor respuesta con pocos elementos. La exageración por el contrario maximiza los elementos y los detalles visuales obteniendo también un máximo de respuesta.



Exageración. Anuncio para la revista LIFE.



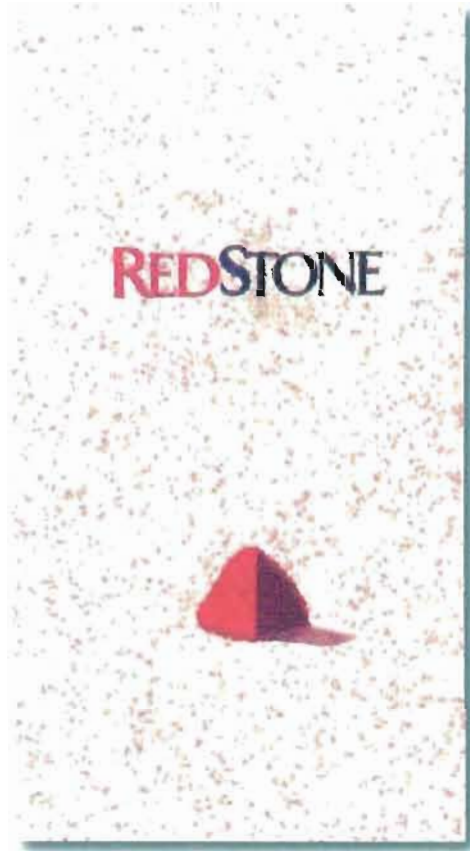
Reticencia. Anuncio de Tines para el cabello de la Sección Amarilla americana Nynex.

Neutralidad-Acento Este diápolo es uno de los más interesantes. La neutralidad puede parecer aburrida, pero en algunos casos el uso y orden de los elementos sin provocación alguna suele tener un mejor efecto en el receptor. El acento es un punto de tensión que altera la técnica visual de la neutralidad, es el punto que llama más la atención en toda la propuesta visual.



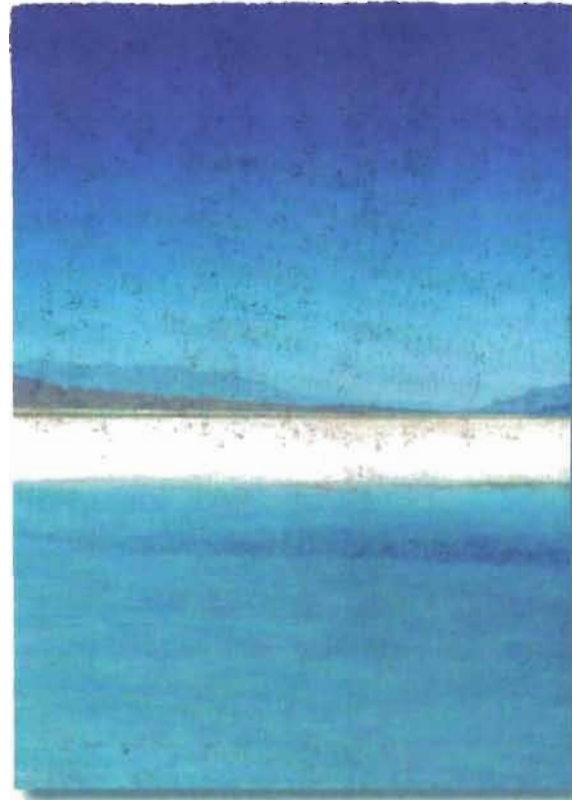
Neutralidad. Ilustración perteneciente al primer catálogo de ilustradores.





Acento. Imagen de Redstone. Desarrollo en diseño.

Plana-Profunda Estas técnicas utilizan los efectos del claroscuro para sugerir la sensación de dimensión y espacio. La técnica plana no presenta la sensación de perspectiva como en la técnica profunda.

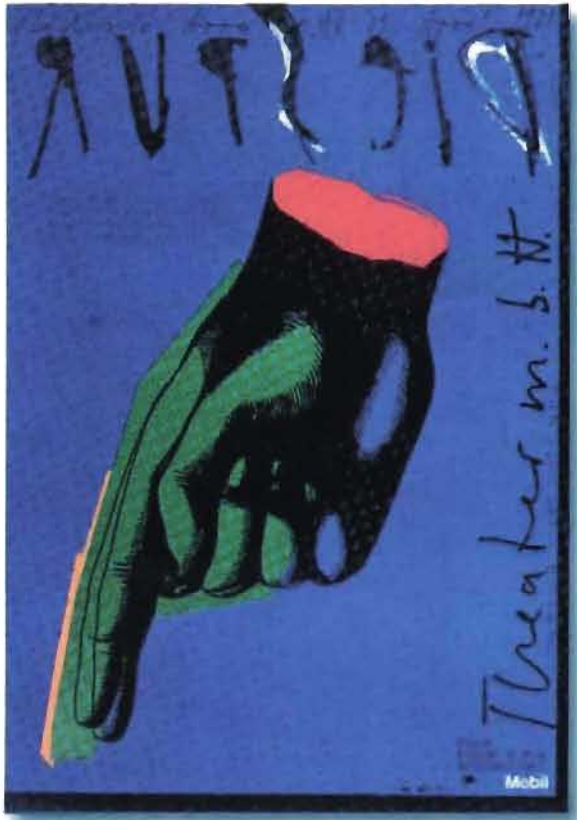


Plana. Fotografía publicitaria para la firma Gucci.



Profunda. Anuncio publicitario para la bebida Campari.

Actividad-Pasividad La actividad sugiere movimiento. La pasividad sugiere visualmente inmovilidad, elementos estáticos en el plano.

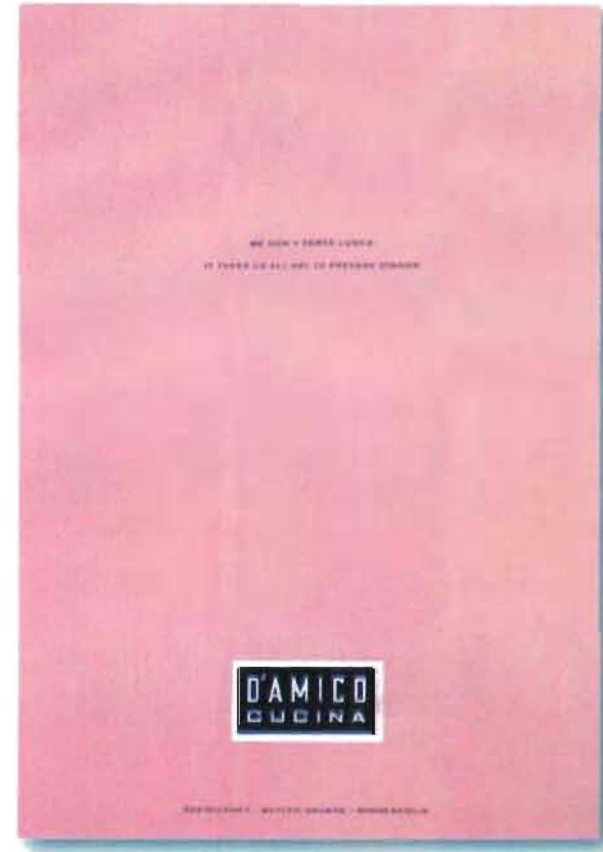


Cartel alemán.



Pasividad. Anuncio para Suntory.

Sutileza-Audacia La sutileza va generalmente de la mano con la reticencia, establece propuestas sin mucha obviedad, implica delicadeza y refinamiento. La audacia en cambio, establece propuestas ágiles, seguras, atrevidas.



Sutileza. Anuncio para D'Amico Cucina Restaurante.





Audacia. Anuncio publicitario para Nike.

Predictibilidad-Espontaneidad La predictibilidad sugiere un orden dado como si se supiera de antemano el resultado final de la propuesta visual. La espontaneidad se presenta sin un plan aparentemente.



Predictibilidad. Anuncio japonés para la empresa Cosmo Securities Co.



Espontaneidad. Anuncio para la empresa alemana Weltmarken Imp.

1.3.2 Composición musical

La composición es también un elemento de orden en otras disciplinas como lo es la música, hacemos la analogía de la composición visual con la composición musical, pues el sonido en este sentido también presenta un orden y un ritmo que lo hacen armónico.



Partitura. Representación gráfica de la composición musical.

«Una composición musical es la materia prima de donde se desprende la elaboración de una canción o producción. Está formada básicamente por la melodía, una sucesión de notas musicales de diferente valor formando intervalos en un tiempo determinado, acompañada de palabras en el caso de que sea una composición vocal. A esta melodía después se le viste con una armonía y ritmo apropiados que le darán más fuerza y colorido a cada frase musical.»⁶³ La composición musical es una manera de ordenar y organizar signos sonoros para un resultado armónico. La composición musical utiliza elementos de orden como el tono, el ritmo y la armonía, que ampliaremos más adelante en el sub índice referente a la música.

1.4 El color en el diseño gráfico

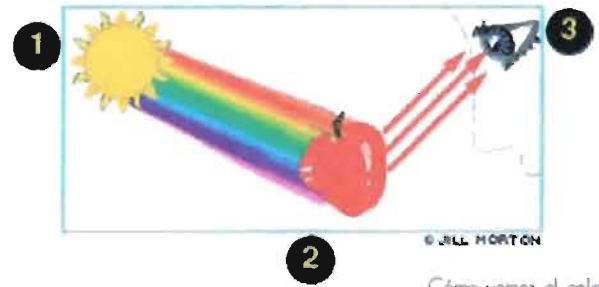
El color es uno de los elementos gráficos que utilizan los diseñadores en la estructuración del mensaje visual, además de la tipografía y leyes de composición; añade significado, fuerza y valor a lo diseñado.

Para poder hablar del color debemos hablar primero del fenómeno luminoso, de la luz. El primero en hacer una hipótesis científica con respecto a la luz fue Isaac Newton. «En 1704, sin embargo, publicó su obra Óptica, en la que explicaba detalladamente su teoría. En esta obra explicaba que las fuentes luminosas emiten corpúsculos muy livianos que se desplazan a gran velocidad y en línea recta». ⁶⁴ La teoría de Newton explicaba que la intensidad de estos cuerpos luminosos era proporcional a la cantidad de corpúsculos que éste emitía.

Sitio educativo: www.alasdeagula.com
Sitio de investigación sobre el color: www.sokos.com.ar



Espectro de luz visible



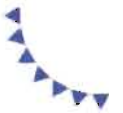
Cómo vemos el color 1. La luz incide en el objeto. 2. El objeto absorbe por su composición las longitudes de onda respectivas. 3. El ojo percibe el color reflejado.

La reflexión de la luz consistía entonces en la incidencia de estos corpúsculos en forma oblicua sobre una superficie reflejante, de manera que al alcanzar dicha superficie, tales corpúsculos cambiaban de dirección en el mismo medio. El ángulo de incidencia y el ángulo de reflexión eran iguales pues los corpúsculos de la luz viajaban a la misma velocidad en el mismo medio.

La teoría de refracción expuesta por Descartes años antes, explicaba este fenómeno diciendo que tales corpúsculos eran absorbidos o atraídos por el medio de mayor densidad en el momento de incidencia. Newton entonces dijo que la velocidad de la luz aumentaría en un medio de mayor densidad. Esta teoría fue rechazada debido a los experimentos posteriores de Newton, razón por la cual adoptó el modelo ondulatorio de Huygens. Huygens «define a la luz como un movimiento ondulatorio semejante a la propagación del sonido, de tipo mecánico, que necesita un medio material para propagarse»⁶⁵ Huygens establece que todo centro emisor de luz propaga ondas en todas direcciones del espacio.

Gracias a experimentos posteriores como el de la difracción, en donde un haz de luz incidía sobre un prisma y se descomponía en los colores que conocemos se concluyó que la luz se transportaba por medio de ondas electromagnéticas que generaban un espectro de luz visible que se descomponía en los colores del arcoiris y que se clasificó en diferentes longitudes de onda. El color como luz es entonces el resultado de diversas longitudes de onda percibidas por el ser humano

Sitio de investigación sobre el color: www.sokos.com.ar





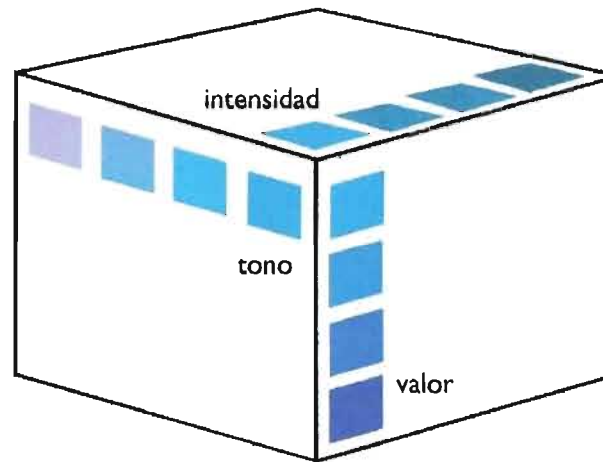
dependiendo el medio de propagación; como ejemplo podemos decir que el ser humano puede percibir la luz del sol pero no puede ver los rayos ultravioleta.

El color como pigmento es el resultado de la absorción de ciertas longitudes de onda que implican determinado color, por los objetos, los cuales están conformados por sustancias absorbentes de luz que dependiendo su constitución física absorben determinadas longitudes de onda y reflejan otras. Aquellas ondas absorbidas nos serán percibidas visualmente por el ser humano, en cambio serán percibidas aquellas que sean reflejadas. «Existen unas sustancias que ocupan un lugar destacado en la visión; por una parte, son configuraciones materiales que aparecen en la superficie de los cuerpos cuya absorción de luz permite que su presencia sea detectada por las especies videntes; por otra, aparecen igualmente en la superficie de las células fotorreceptoras, lo cual representa la base del funcionamiento de la retina, tanto en los animales como en los humanos. Estas sustancias reciben el nombre de pigmentos.

El pigmento realiza una absorción característicamente selectiva de la luz que incide sobre él. Esto significa que su composición atómica absorbe específicamente ciertas ondas electromagnéticas y no otras. Esta absorción selectiva está relacionada con la longitud de onda de la radiación incidente.

La absorción de luz por parte de los pigmentos supone cierta reacción fotoquímica, a través de la cual la materia pigmentaria resulta transformada»⁶⁶ El color es entonces resultado de un

⁶⁶ Sanz, Juan Carlos. (1993). *El libro del color*. España: Alianza Editorial, p. 20



Dimensiones del color a través de una de las representaciones del sólido del color

fenómeno físico y por supuesto perceptual, producto de la luz y de la constitución física de los objetos. El color es sensación e información.

Para clasificar el color, les proporcionamos atributos o calificativos que nos hablan de sus cualidades perceptuales. El *matiz* es el color mismo: rojo, verde, azul. El *valor* o *saturación* es la pureza de un matiz respecto al gris. La *intensidad* o *brillo* es la pureza de un matiz respecto a la luz o la oscuridad. El *tono* es el matiz que se adquiere con las gradaciones de valor e intensidad.

Para el análisis completo del color con sus atributos se creó el *sólido del color* donde observamos el color en sus tres dimensiones (valor, intensidad y tono), de esta manera obtenemos volumétricamente una escala de cambios que pueden tener el color y la relación que existe entre ellos.

1.4.1 El sólido del color

El sólido del color es la representación volumétrica de las dimensiones del color, es decir, de las gradaciones de valor, intensidad y tono de un color. Estas representaciones volumétricas pueden ser de diversas formas, entre ellas se encuentra la esfera. «La esfera se compone de segmentos que representan tonos específicos del espectro. Seis segmentos representan los seis tonos básicos: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul y púrpura. Si la esfera se corta horizontalmente, queda expuesto un círculo de color.»⁶⁷ Todas las gradaciones de estas representaciones tienen como referencia el contraste

⁶⁷ Wong, Wucius. (1987). *Principios del diseño en color*. España: Editorial Gustavo Gili, p. 10 y 14.

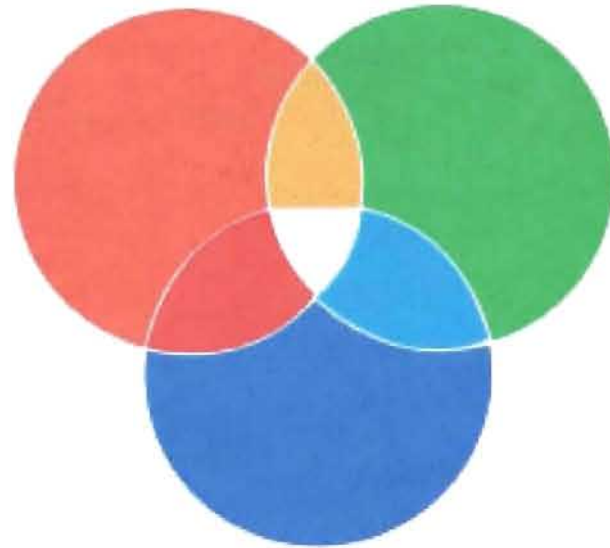


blanco y negro; es decir que el color se aclarará u oscurecerá según se acerque a los extremos de cada modelo. Las gradaciones que se acerquen al centro representan la intensidad mínima y hacia el exterior la intensidad máxima. Otra representación de las dimensiones del color es el círculo cromático, donde se observa la relación entre colores primarios (rojo, amarillo y azul), secundarios (verde, naranja y violeta) y complementarios. Los colores diametralmente opuestos en el círculo del color se llaman tonos complementarios, así tenemos que el complementario del rojo es el verde; del amarillo, el púrpura y del azul, el naranja. La combinación entre estos tonos es neutral. De la gradación de valor, intensidad y tono de estos colores se obtiene una gran variedad de matices diferentes.

1.4.2 Cromosíntesis aditiva

El objetivo del proceso de cromosíntesis es el de provocar que la visión produzca las sensaciones de color deseadas. El proceso de cromosíntesis intenta imitar en lo posible las leyes de mezcla de colores de la visión. «Al reproducir colores se obtienen superposiciones de las distribuciones espectrales de los originales, sean luces o superficies reflectantes. Estas superposiciones pueden darse de diferente forma».⁶⁸

La cromosíntesis aditiva es el sistema de reproducción del color que se obtiene mediante la suma o combinación de tres colores básicos con longitud de onda parecida: el rojo, el azul y el verde; y generando nuevos colores. Este efecto es el que realiza el monitor de la televisión para presentar imágenes nítidas. Se le llama

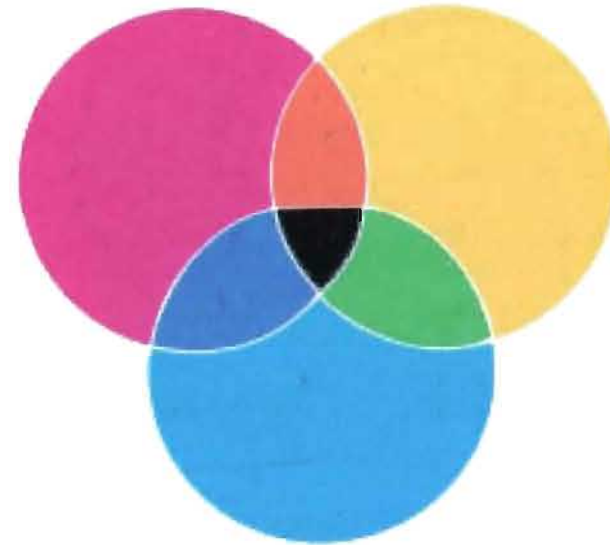


cromosíntesis aditiva

cromosíntesis aditiva porque la suma de estas tres longitudes de onda en luz nos da como resultado la luz blanca. La variación de intensidad de estas longitudes de onda nos proporciona una gama de todos los demás colores percibidos por el ser humano. En la cromosíntesis aditiva el color es resultado de una gran cantidad de absorción y reflexión de luz.

1.4.3 Cromosíntesis sustractiva

La *cromosíntesis sustractiva* es el sistema de reproducción del color que se obtiene mediante la suma o combinación de tres colores: el rojo, el cian y el amarillo; y generando nuevos colores; sin embargo se le llama sustractiva porque los colores aquí mencionados absorben de la luz solamente lo que necesitan. Es el sistema usando en las artes gráficas para la imprenta, la fotografía en color y los colorantes artificiales.



cromosíntesis sustractiva

⁶⁸ Sanz, Juan Carlos. 1994. *El color del color*. España: Alianza Editorial.





Uso del color en la ilustración. Ilustración de Mauricio Gómez Morán para el libro *La caverna encantada*.

Mediante la combinación de estos tres colores, además del negro (absorción total de luz) se amplía la gama de colores y se pueden crear casi todos los matices del sólido de color. «La producción de colores por sustracción se da siempre que a una energía de radiación existente se le sustrae algo de su absorción. También se denomina síntesis sustractiva a ese principio extremo en el que por la capacidad de absorción de tres filtros conjuntados se puede obtener la diversidad del espacio de los colores»⁶⁹ La cromosíntesis aditiva es utilizada generalmente con la luz, por ejemplo, los reflectores de un teatro; y la cromosíntesis sustractiva es utilizado por procesos que involucran pigmentos como la imprenta.

Se puede jugar con el significado de las imágenes con la sencilla manipulación del color y del contraste entre blanco y negro. Según el uso de las gradaciones de valor e intensidad pueden lograrse efectos de volumen, profundidad y movimiento, además de proporcionar textura visual.

En el caso de la ilustración el uso del color es muy importante, gracias a él se dan todos los efectos de movimiento, además de beneficiar al significado que se le quiera aportar a la imagen.

El diseño gráfico depende, como vimos anteriormente, de instancias económicas, políticas y sociales (ideológicas); por consiguiente la aplicación de los signos y elementos para la propuesta visual dependen igualmente de las mismas instancias, es decir, de la cultura de los miembros de un grupo o grupos; dependen de las convenciones impuestas por ese grupo o gru

⁶⁹ Koppers, Harald. *Fundamentos de la teoría de los colores*. p.145

pos y de los significados atribuidos a esos signos y elementos gráficos. Uno de los elementos que dependen completamente de las convenciones además de la tipografía, por obvias razones de estructura formal, es el color. Su aplicación depende del significado y del valor atribuidos por ese grupo o grupos.



Otro ejemplo del uso del color en la ilustración.

Conclusiones de la Primera Parte.

Concluimos entonces que el diseño gráfico es un proceso, que utiliza un lenguaje propio, como un lenguaje más para comunicar, domina un código de signos visuales y de elementos formales, su función es social y comunicativa, expresa, parte de necesidades tanto sociales, como económicas y culturales, depende de varias instancias que envuelven nuestro entorno y que determinan la estructuración del mensaje visual. Este proceso que es el diseño gráfico se lleva a cabo gracias a tres pasos; pre producción, producción y post producción donde inscribimos las instancias que funcionan dentro del proceso: el diseñador gráfico, el o los códigos, lo diseñado, los medios y los recursos, el referente, el marco de referencia y el receptor. Es un proceso creativo que se genera en diferentes etapas hasta llegar al resultado final.

Aunque algunos consideren la actividad del diseño gráfico como artística, su función principal es la de comunicar pues surgió como una respuesta social y de competitividad; aunque las soluciones gráficas visuales puedan llegar a ser artísticas comparándoseles con otras manifestaciones gráficas visuales, va estableciendo nuevas conexiones sociales gracias a la retroalimentación que lo diseñado provoca en el receptor. El buen diseño gráfico implica investigación, tomar decisiones de composición con categorías formales y técnicas visuales y de color, hacer una evaluación del receptor y una auto evaluación del propio trabajo para ser más eficaz que deductivo.

El buen diseño implica autoevaluación del diseñador gráfico, evaluación de receptor, conceptualización, impacto visual y legibilidad para poder ser entendidos.

El uso de la composición como eje geométrico y estructural de un diseño nos proporciona armonía y legibilidad en el mismo; la comprensión del funcionamiento del color como luz y como pigmento nos facilita su aplicación en cualquier soporte para su posterior impresión, con cualquier tipo de salida.

Lo analizado en este capítulo es un antecedente para observar el papel de la ilustración, del diseño editorial y los medios audiovisuales como procesos creativos también, así como una antecedente formal para nuestra propuesta, pues de aquí se retomarán conceptos e ideas de diversos testimonios para estructurar el soporte.





SEGUNDA PARTE ● ● ● ●

La ilustración, el diseño editorial y los medios audiovisuales.

En el audiolibro «El misterioso tambor de Angakok» presentamos un cuento ilustrado con un disco compacto de audio que contiene el texto de la historia, es decir, la narración del cuento. En este capítulo exploraremos el marco teórico conceptual que se propone para convertir el mensaje en un soporte integral que involucre la percepción visual y la sonora.

Para lograr este cometido comenzaremos por hacer una recopilación de diferentes opiniones de algunos ilustradores reconocidos y sus comentarios sobre la función de la ilustración; posteriormente presentaremos también algunas opiniones de diseñadores gráficos editoriales involucrados con la realización de libros y finalizaremos con la propuesta de aquellos criterios sobre medios audiovisuales que nos servirán como fundamento del soporte. El hacer un breve estudio sobre estas tres áreas de la comunicación visual y audiovisual nos permite reunir los criterios pertinentes que servirán como fundamentación teórica del audiolibro.

2.1 La Ilustración

Aunque el término ilustración puede ser confundido con la época de la ilustración del siglo XVIII, es decir de la iluminación intelectual, científica, artística y tecnológica de la sociedad; la ilustración en el lenguaje visual es la representación gráfica de una idea a través del dibujo. La ilustración como representación gráfica e icónica es paralela a la evolución del libro, en un intento del hombre por explicarle su entorno a los demás mediante imágenes y textos. Del siglo VII al

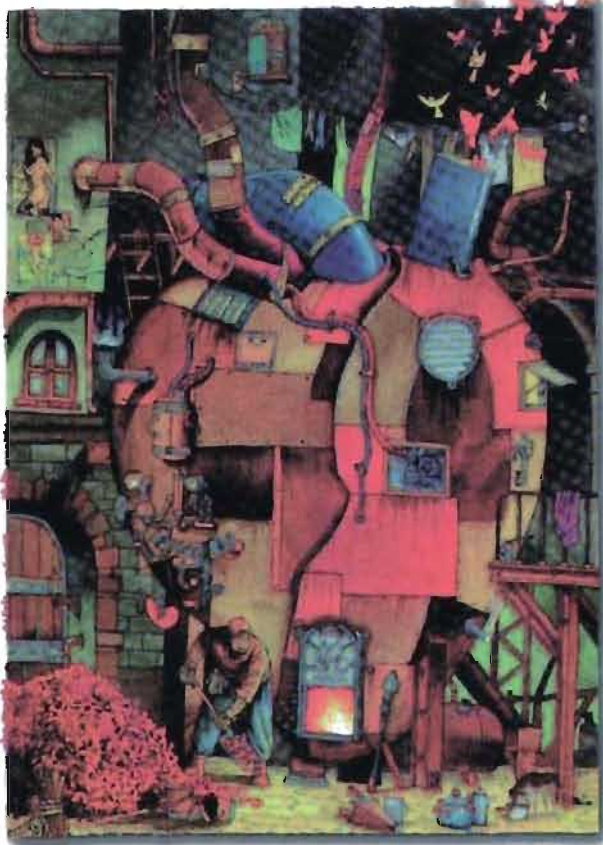


Ejemplo de libro antiguo llamado *incunable*.

siglo XIII se expande la producción de libros religiosos hechos a mano a manera de adoración, los cuales contenían imágenes de símbolos religiosos muy acordes con el pensamiento simbólico y religioso de la época. Eran los llamados manuscritos iluminados hechos en los monasterios sin una preocupación intelectual real, sólo por el hecho de exponer sus experiencias seculares y religiosas, en esta época existía una alta producción de biblias en las cuales, los escribanos religiosos experimentaban con la ilustración como ornamento y decoración de los textos.

Estos libros eran vistos como objetos sagrados, sus ilustraciones representaban la vida de Cristo y su pensamiento; no estaban escritos con el propósito de compartir ningún tipo de conocimiento, la complejidad de sus imágenes intentaba recrear la complejidad misma de los pasajes bíblicos, así tenemos libros como El libro de Kells y El libro de Durrow. Del siglo XIII al siglo XV comienza la secularización de la producción del libro. Éste ya no es un objeto de adoración sino que comparte un conocimiento sobre el entorno y sobre la preocupación del estado social del mundo. La secularización del libro es impulsada por dos eventos muy importantes; el nacimiento de la universidad





Corazón de Ricardo Pérez Goycochea

como institución (creada como consecuencia del desarrollo mercantil) y el retorno de los soldados de las Cruzadas que traían textos bizantinos, de donde los monjes tomaron ideas de ornamentación de imágenes. Con la creación de las universidades y la influencia de otros textos los alumnos comenzaron a interesarse en aquellos libros ilustrados únicos que mostraban imágenes tratando de imitar el pensamiento. Si algún alumno necesitaba un texto pagaba a un hombre (copiador), que le copiara el libro completo, esto en el caso de libros no religiosos.

La demanda de conocimiento requería imágenes dinámicas, aunque aún decorativas que explicaran todo aquello que los jóvenes necesitaban. Así tenemos libros como el Primer libro de Cirugía, Los cuentos de Canterbury y Las horas de Visconti. (los libros llamados de Horas, eran libros de devoción divididos en ocho partes, representando las ocho horas de la liturgia diaria)

Las ilustraciones en estos libros contenían estudios naturalistas de animales y plantas, o de reuniones como La Sagrada Familia. Estas imágenes ya se hacían conocer por la cultura del momento y eran asimiladas por los lectores. Comienza el realismo en la imagen, éstas empiezan a parecerse más a lo que conocemos hoy en día, en cuanto a símbolos religiosos. Alternativas a las imágenes religiosas, existían las imágenes sobre la vida diaria contenidas en libros que hablaban sobre las actividades de una sociedad. A mediados del siglo XV llega a escena, la imprenta que acelera la producción en serie de libros y permite otro diseño de páginas, provocando de esta

manera un nuevo cambio en las imágenes contenidas en los libros, además de expandir el uso de las mismas no sólo a los libros, sino a anuncios comerciales impresos, a caricaturas políticas y a reproducciones de algún evento importante para algún periódico. Aunque las primeras imágenes fueran aún muy medievales o simplistas, el desarrollo intelectual y académico permitió mejorarlas, así tenemos a uno de los principales ilustradores de libros: Alberto Durero.

La ilustración surge como medio alternativo a la escritura, aunque no era la primera vez que el hombre veía una imagen (ya existía la escritura ideográfica), sin embargo la importancia de usar imágenes en los textos reside en su función social, finalmente en el acto de comunicar.¹

2.1.1 El objetivo de la ilustración. Su función social.

Las imágenes son un lenguaje diferente al escrito, utilizan otros códigos y signos visuales, «...las imágenes también son discurso»², es decir que también dicen cosas, comunican, generan conocimiento, por lo tanto pueden entenderse, leerse, haciendo la analogía a un texto escrito, las imágenes narran.

El acto de leer, implica el dominio de un código en específico para poder descifrar ese mensaje a leer, el mismo código que estructuró el mensaje en primer lugar. Si vamos a leer un texto escrito, tenemos que conocer el alfabeto, las letras, los signos de puntuación y los espacios entre ellos, conocer sustantivos, verbos, el orden de lectura, etc, todos esos elementos que nos

¹ Education internacional home page/ www.education.ucsd.edu.com
² Pérez Goycochea, Ricardo. (1998). «Sensacional de Ilustradores». *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 16-19, México.

permiten decodificar un mensaje. En los textos existe el discurso, como algo que se dice en un espacio y tiempo determinados, lo narrado tiene un propósito, un fin. Si lo comprendemos o podemos leerlo quiere decir que manejamos ese lenguaje. El lenguaje escrito con sus signos o lenguaje verbal, con sus palabras. En el caso de la ilustración es exactamente lo mismo, para que nosotros podamos leer una imagen necesitamos conocer los signos correspondientes al código que utiliza, conocer ese lenguaje, el lenguaje visual, el lenguaje de las formas, los colores, las estructuras. Si el lenguaje verbal puede articular un mensaje determinado con su ritmo y su estilo, el lenguaje visual también, sus signos son diferentes y sus maneras de presentar un discurso también son diferentes.

Las imágenes también nos cuentan historias, también están inscritas en un espacio y tiempo determinados, narran. Dondis lo llama alfabetidad visual, el término en inglés es visual literacy, hace una analogía con el alfabeto escrito. Si las letras se leen, y son formas, ¿qué podemos decir de las figuras? El primer paso de la alfabetidad visual es el reconocimiento de aquello que estamos viendo, transfiriéndolo al ejemplo de un texto, reconocemos las letras, su tamaño, su soporte, su secuencia; posteriormente pasamos al análisis, el ¿cómo? ¿para qué? y ¿por qué? que nos lleva instantáneamente a clasificar una imagen, a archivarla y sobre todo a entenderla, a percibir su significado; transportándolo a un texto, ya identificado, lo analizamos para entender su significado. Digamos que tenemos un diagrama en donde vemos como es el proceso de escritura de un cuento o de una novela, muy bien, ahora hagamos una analogía con el proceso de hacer una ilustra-

ción. En el primer caso estamos empleando el lenguaje escrito para narrar un suceso o describir a un personaje, utilizamos palabras, puntos, comas. En el caso de la ilustración el lenguaje que usamos es el visual, que tiene elementos de estructura a su vez, como el color, la forma, etc.

Por ejemplo, para escribir un cuento necesitamos las reglas de una redacción adecuada, cómo expresar una idea de la mejor manera, la puntuación, etc. En el caso de la ilustración se usan las leyes de la composición, el orden, la tensión, el equilibrio y sobre todo se hace uso de la técnica, el estilo y el color, éstos son los sellos distintivos de un ilustrador. La ilustración surge principalmente como evolución técnica y conceptual del dibujo. «La actividad de dibujar siempre consistió en la misma tecnología manual o trabajo simple. De tal suerte que el dibujo constituye una técnica manual y lingüística, por eso viene a ser un lenguaje.³ El dibujo, ahora transformado en ilustración, se convierte en lenguaje pues también genera su propio discurso, su propia narración, su propio estilo, es lógico pensar que como técnica manual depurada y estilizada su código sea un poco más complicado, pero este código sigue manejando signos, por lo tanto, conserva su postura de lenguaje.

La ilustración va de la mano con el diseño gráfico, ambos intercambian ideas, y se apoyan mutuamente. No es una actividad actual, viene de muchos años atrás cuanto se dio la división entre comunicar con

Acha, Lar (1981). *Teoría de dibujos*. México: Ediciones Coyoacán, p. 59

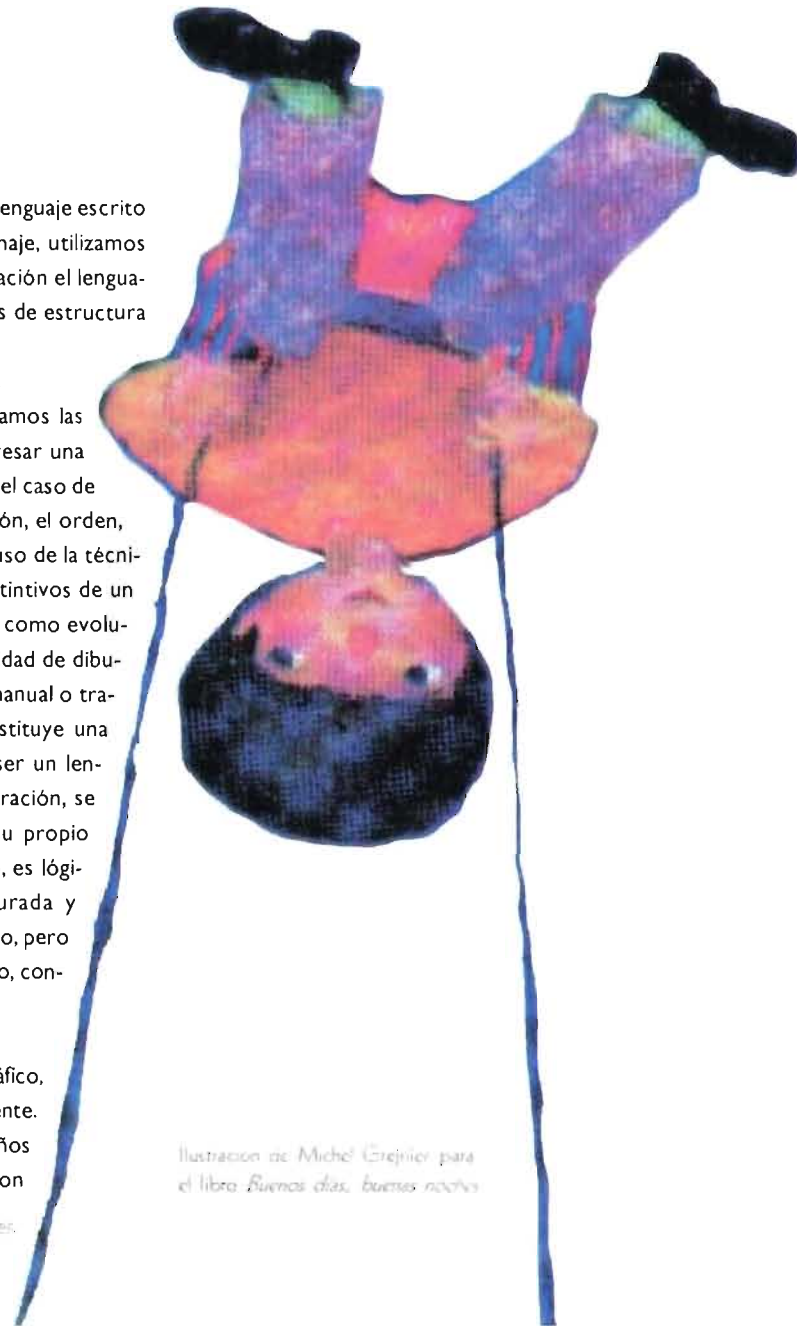


Ilustración de Michel Crejtier para el libro *Buenos días, buenos noches*

letras y con imágenes, cuando se diferenció la escritura pictográfica, ideográfica y fonética del dibujo y obviamente cuando su función empezó a definirse con los años. Adrian Frutiger, en su libro *Signos, Símbolos, Marcas y Señales* nos dice que hubo una evolución dividida de los signos, es decir, hubo representaciones que evolucionaron hasta convertirse en letras de un alfabeto, pero hubo otras que conservaron su carácter figurativo y así se han conservado hasta la fecha. Recordemos que ya el hombre primitivo hacía dibujos para narrar la cacería del día o contar un suceso importante en la comunidad.

Como observamos ya entonces el dibujo tenía un fin utilitario, es entonces el dibujo un lenguaje que deviene en la ilustración y crea el lenguaje de la ilustración reuniendo varios elementos incluyendo el estar inscrita también en el proceso de la comunicación humana y ser un proceso de comunicación a su vez. La idiomatización del dibujo, es decir, su transformación en lenguaje «comienza con fines nemotécnicos, esto es, como ayuda de la memoria. Los encontramos en los mensajes de las tribus norteamericanas como para los cheyennes y los navajos, que utilizan figuras para registrar hechos o narrar un acontecimiento.

Ya que por naturaleza y origen es una técnica manual de fines lingüísticos. El dibujo pronto se ve comprometido a desarrollar un sistema efectivo de escritura. Con estas intenciones, empezó el uso sistémico de las imágenes: primero como pictogramas que pronto devinieron en ideogramas y terminaron fungiendo de signos». ⁴

⁴ Acha, Juan. (1991). *Teoría del dibujo*. México: Ediciones Coyoacán, p. 60-61



Ilustración de Chris Van Allsburg para el libro
Los misterios del señor Burdick

Igual que el diseño gráfico, la ilustración responde a una necesidad, a un cliente, a una edición, igualmente tiene que investigar, curiosear, bocetar, tomar decisiones, elegir el formato, la estructura, la técnica, su discurso, qué es lo que tiene que decir y cómo, si los dibujos serán orgánicos, formales, audaces, todo en función del mensaje. Una característica de la ilustración es que en una gran cantidad de casos puede considerarse artística, mucho más que el diseño gráfico. ¿Por qué? Porque además de actuar como elemento de comunicación, su representación agrada mucho más a la vista, son las imágenes en las que podemos soñar y que exigen mayor tiempo de contemplación o de observación.

Como proceso creativo también deviene de instancias sociales, culturales, económicas y políticas que lo definen. Según el modelo de Prieto Castillo el diseñador se convierte en el ilustrador, el código es el propio de la ilustración, lo diseñador se convierte en la ilustración, es decir el producto o imagen final, los medios y recursos cambian, pues sus medios de distribución pueden convertirse en ediciones políticas o para niños; sus recursos pueden ser parecidos al diseño gráfico pues también utilizan imprentas.

El marco de referencia nos permite establecer ciertas conexiones sociales con el receptor, pues es común que los ilustradores utilicen elementos que sus receptores conozcan para poder ser entendidos. Por último, el receptor puede variar, pues el ilustrador también debe hacer una evaluación del mismo para poder articular su mensaje con imágenes, con dibujos. La ilustración es también un proceso creativo, de igual forma que el

diseño gráfico, aunque sus elementos varíen según sea el soporte y el receptor. Las ilustraciones narran generalmente muchos más detalles de los descritos en un texto, nos aportan mayor información, influenciada por la personalidad del ilustrador, su interpretación, su criterio y su estilo. En una ilustración siempre aparecerán elementos que no encontramos en el texto o en la historia o en aquello de lo que hablen.

El acto de ilustrar significa «dar luz al entendimiento, cultivar, llenar a alguien de conocimiento.»⁵ A diferencia del objetivo inicial de la ilustración, que era mostrar gráficamente el conocimiento o adornar los textos, con la evolución técnica y de herramientas para el diseño gráfico y la ilustración, además de la invención de la imprenta, la función social de la ilustración se amplía; la producción de libros y la competencia obliga a los editores y productores de libros a usar todos los recursos posibles para que el producto sea adquirido. Uno de esos recursos es acudir a los ilustradores, que tienen como función atraer a los consumidores a adquirir libros; y en el caso de los niños invitarlos a la lectura. Por qué no pensar que eso hace la ilustración dar más información visual que verbal o escrita, aunque se hable de la misma cosa.

Esto no quiere decir que el ilustrador se convierta en una especie de ayudante del diseñador gráfico o del formador de textos, simplemente, que a partir de la invención de la imprenta, las ediciones tienen que competir entre muchas otras, el uso de imágenes en los textos permiten a éstos ser competitivos. Simultáneamente, el acto de ilustrar adquiere su propio lenguaje y se convierte por sí

mismo en un proceso, paralelo al del diseño gráfico y con la misma importancia social, cultural y económica.

2.1.2 La ilustración como proceso creativo

Oscar Palos, ilustrador colaborador de revistas como Quo, Gallito Cómics y Matiz piensa que «ilustrar es aprender y diseñar a la vez»⁶, si consideramos a la ilustración como proceso creativo, es lógico pensar que comunica, y que por lo tanto hay cierta retroalimentación, si se aprende; y se diseña pues el ilustrador al igual que el diseñador gráfico define su propio trabajo, pues toma una serie de decisiones formales que implican composición, orden y color, además de estilo en sus propuestas gráficas visuales.

Aunque el ilustrador atiende a una necesidad comunicativa y tome decisiones formales de estructura, ritmo y orden, es común pensar que tiene un poco más de libertad, que puede coincidir más con los límites del arte sin correr el riesgo de perderse, de transgredir el límite. Pero si pensamos que esa misma función comunicacional lo define entonces también atiende a necesidades sociales específicas; aunque igual que el diseñador gráfico sus soluciones gráficas visuales puedan ser comparadas con imágenes sin un propósito comunicativo.

La ilustración era, en sus inicios, el principal medio para mostrar un suceso, adornar un texto o contar una historia; con la llegada de la cámara fotográfica, el uso de la ilustración vive una disyuntiva, debe ser competitiva, esto reafirma nuestra



Ilustración de Paulina Foyes



⁵ «El lenguaje del Pequeño. Larousse en color»

⁶ Palos, Oscar. «El arte personal». *www.artes.com*



postura de su función comunicativa. Con la evolución de la tecnología tuvo que adaptarse y transformar su discurso como cualquier proceso creativo. El discurso de este lenguaje depende en gran parte de las herramientas técnicas, la aplicación del color y la sugerencia de perspectiva y movimiento.

La ilustración como disciplina comunica, representa, evoca y abstrae conceptos, nos obliga a traducirla y decodificarla, no sólo a gozarla como imagen gráfica. «El eje del trabajo que desempeño es la comunicación visual, mi preocupación central dentro de esta actividad gira en torno a la contundencia y la eficacia comunicativa de la imagen. Ilustrar es un acto social. Si bien el arte generalmente se centra más en la expresión, la ilustración tiene sentido sólo cuando logra comunicar.»⁷ La ilustración siempre quiere decirnos algo, tiene un propósito. Nos parece interesante el término acto social. La ilustración desde luego cumple una función social; ésta es la de comunicar; las ilustraciones son vistas, leídas, analizadas, aceptadas o rechazadas. Nos dejan algo, nos hacen percibir contextos diferentes, nos hacen recordar ambientes y sonidos...comunican.

Chris Van Allsburg, ilustrador de libros infantiles como *Jumanji*, narra historias cortas sin necesidad de texto mediante el uso del contraste blanco y negro, el lápiz de grafito, el uso de picadas y contrapicadas (como si fueran tomas cinematográficas) y la sugerencia de movimiento. Sus ilustraciones son discursos concretos, sin necesidad de texto narran historias cortas que parecieran de la vida cotidiana pero se transforman en historias extraordinarias, al observarlas nos percatamos de esa toma

Vanden Broeck, Fabricio. (1998) "Hacia la fuerza de los arquetipos". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 10-15. México.



Ilustración de Chris Van Allsburg para el libro *Jumanji*

de decisiones que anteriormente mencionábamos, el color, la técnica, el orden, la luz, la sombra...decisiones a beneficio del mensaje, la composición.

La ilustración es un proceso creativo igual que el diseño gráfico, es una disciplina que puede analizarse en tres etapas también: pre producción, producción y post-producción.

2.1.3 Ilustrando, comunicando, expresando

Como en el proceso del diseño gráfico, la ilustración se realiza en tres etapas diferentes. La pre producción que implica la reunión con el cliente, en la mayoría de los casos, las editoriales, el conocer el tema a ilustrar e idealmente investigar sobre el mismo, bocetar hasta encontrar un equilibrio entre la interpretación del ilustrador y la del cliente, elegir el papel y la herramienta a utilizar, hay generalmente una reunión con el diseñador gráfico que es el que se encarga de ordenar o pedir las ilustraciones, según el diseño de la edición o simplemente una reunión con el editor para definir cuál será el mejor soporte para las ilustraciones entregadas.

En la etapa de pre producción se considera el tipo de soporte gráfico en donde se presentará la ilustración, un libro, una revista, un periódico o una página de internet, ya que para cada uno el discurso suele cambiar. La producción implica ilustrar, hacer técnicamente las ilustraciones después de haberse aprobado el boceto final, darles el tiempo necesario para obtener el efecto deseado. La post producción es la etapa final donde se entrega el

trabajo con sus respectivos acabados al editor e idealmente se participa en el proceso de edición hasta que las ilustraciones están impresas.

En estas tres etapas se encuentran dos objetivos de la disciplina muy importantes. «A diferencia de la pintura, la ilustración requiere, para ser tal, conciliar en un punto medio la labor artística y la labor de comunicación, tomando como punto de referencia la percepción del autor.»⁸. Los ilustradores son también comunicadores, les interesa el mensaje y como lo recibirá el lector. Se preocupan por su entorno social, que toman como referente para hacer buenas imágenes, imágenes con significado y contenido. Otro objetivo de la ilustración es expresar, esto es evocar sentimientos y emociones con lo que se está viendo.

Aunque para muchos ilustradores es importante la expresión, eso no les impide la definición de su trabajo, el atender a necesidades y el uso de elementos formales para crear sus imágenes. «Para la joven diseñadora Paulina Reyes, el objetivo primero de la ilustración es cautivar al espectador a través de una emoción visual y después transmitirle un mensaje.»⁹

Para todos los ilustradores el proceso creativo es diferente, sin olvidar que tienen que transmitir un mensaje. Según Alberto Caudillo la ilustración es una manera de satisfacer la necesidad de expresión sobre todo porque implica involucrarse con técnicas pictóricas y dibujísticas.

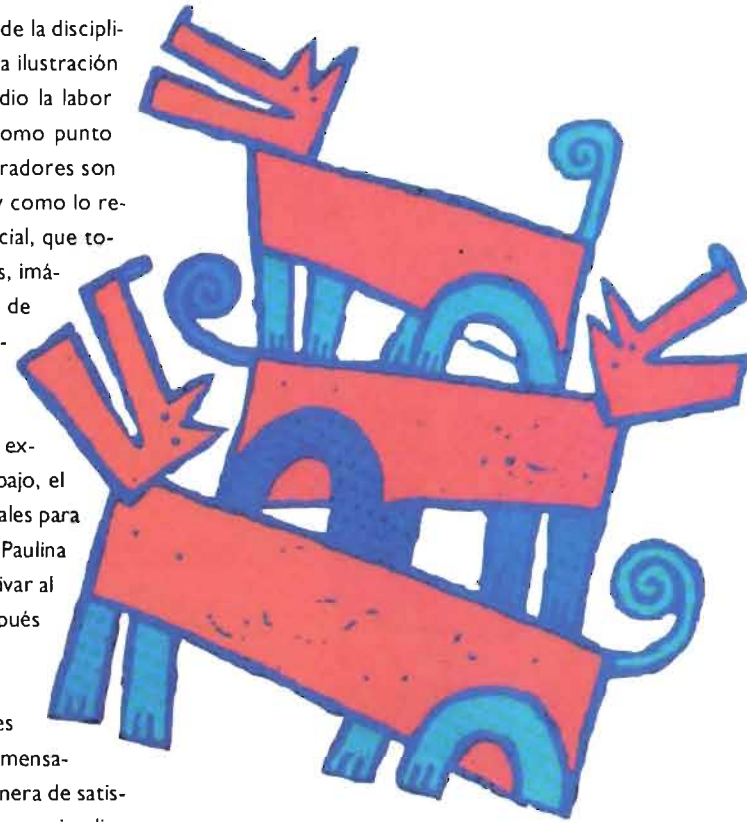


Ilustración de Mami Estinoza.

⁸ Caudillo, Alberto. (1998). "Ver (o no) en la vida: usos de imágenes". *Manual de arte gráfico internacional*, no. 13, p. 40-39, México.
⁹ Santiago, Francisco. (1998). "Comunicar a través de los sentimientos". *Arte gráfico*, no. 45, p. 70-17, México.

LPB 009740



Es ahí donde él siente la pasión por su trabajo. En cuanto se expresa ya puede pensar en el mensaje.¹⁰ Para nosotros el hecho de utilizar diversas herramientas, que nos permiten manipular el significado de nuestra imagen, no implica que la ilustración sea estrictamente artística por eso, sino que es generalmente considerada como arte por eso mismo, por las técnicas, por las herramientas, pero el trabajo formal sigue siendo con el propósito de comunicar.

2.1.4 El diseñador gráfico que ilustra o el ilustrador que diseña

La línea es muy delgada cuando se trata de definir entre ser diseñador o ilustrador. Algunos diseñadores consideran a la ilustración pobre en cuanto a fundamentos teóricos se refiere, otros la consideran arte. Los ilustradores se creen artistas y rechazan a algunos diseñadores. Otros diseñadores se creen con la capacidad de ilustrar porque tienen más fundamentos teóricos, etc.

Así tenemos también la opinión de un diseñador muy dedicado a la geometría y a la conformación de redes y orden. Joseph Müller Brockmann nos dice lo siguiente. «La ilustración es algo accesible, hasta los niños pueden ilustrar»¹¹. A diferencia de Müller Brockmann pensamos que los niños pueden dibujar, pero no pueden ilustrar en el sentido estricto de la palabra, no tienen todavía ese elevado nivel de abstracción, ni de representación utilizando elementos compositivos. Esto puede prestarse a la confusión de que ilustrar es dibujar; aunque el acto

¹⁰ Caudillo, Alberto. (1998). "Ver para crear: hacedores de imágenes.". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 36-39. México.

¹¹ Müller Brockmann, Josef. (1996). «Mi trabajo de lo subjetivo a lo objetivo». *Al Diseño gráfico, edición especial*, no. 24, p.73-77 y 91-92. México.



Ilustración de Adrián Rubio para el artículo
La imagen pesa más que mil palabras.

de ilustrar deviene del dominio del dibujo como técnica manual, ésta adquiere valores comunicativos en la sociedad y responde a necesidades específicas.

En lo que sí podemos estar de acuerdo es que la ilustración puede considerarse «una cuestión de diseño subjetivo».¹² ¿Pero qué tan subjetivo?, lo suficientemente subjetivo como para expresarse y lo suficientemente formal como para no perder de vista el mensaje por transmitir. La ilustración es, llamémosle así, una posibilidad alternativa al diseño gráfico por sus soluciones gráficas visuales y según Adrián Rubio, ilustrador de libros para niños, nos hace estar en constante relación con los medios,¹³ esto es con los medios de comunicación masiva y con los medios de producción, editoriales y audiovisuales.

Los proyectos donde se sugieren soluciones gráficas visuales suelen ser multidisciplinarios, para un mismo proyecto puede aportar ideas un diseñador gráfico, un ilustrador o un fotógrafo aunque sus soluciones no tengan el mismo propósito comunicativo.

Ivan Chermayeff, gran diseñador-ilustrador de collages creativos nos exhorta a ser mejores lectores de imágenes para ser mejores diseñadores de imágenes, aunque nos sujetemos a modas, estilos o tendencias. Sus trabajos no utilizan una metodología rígida, continuamente experimenta con lo que encuentra y con lo que observa. Esa podría una buena postura del diseñador-ilustrador; sin caer por supuesto en el problema general de querer ser todólogos. Hay diseñadores gráficos que pueden incursionar en la ilustración con su propio estilo, e ilustradores

Müller Brockmann, Josef. (1996). «Mi trabajo de lo subjetivo a lo objetivo». *Al Diseño gráfico, edición especial*, no. 24, p.73-77 y 91-92. México.

¹³ Rubio, Adrián. (1998). "La imagen pesa más que 1,000 palabras". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 22-25. México.

que pueden incursionar en el diseño gráfico con su propio estilo también, lo más importante es no perder la función social y comunicativa del trabajo, de la profesión.



Israel Mejía, ilustrador colaborador de revistas como Matiz, nos invita a ejercer con pasión las dos disciplinas, experimentar y «practicar con más frecuencia».¹⁴ Su preocupación por reivindicar el papel del ilustrador en el medio del diseño gráfico nos aporta un tema más de reflexión. La línea sin embargo es muy delgada, lo importante también es experimentar entre uno y otro campo, tomar los mejores elementos de cada uno. Si se es diseñador, de repente abarcar un poco las técnicas pictóricas, si se es ilustrador, hacer un análisis formal más profundo.

Podemos decir también que ese híbrido que a veces quiere ser todo diseñador tiene una razón de ser, tal vez por un lado por la falta de delimitación de las disciplinas, tal vez por imaginar que los diseñadores somos o podemos ser artistas, la esencia de estos comentarios se centra en que como diseñadores buscamos tomar las mejores decisiones para no tener que sacrificar el resultado gráfico final.

¹⁴ Mejía, Israel. (1998). "Imagina que estás con una chica hermosa". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 51-51. México.

Lo ideal sería que después de todo pudiéramos jugar entre el estandarte del diseñador y del ilustrador sin despedazar nuestro objetivo como comunicadores.

2.1.5 La Ilustración en el proceso editorial

¿Pero qué es el proceso editorial? Es un proceso en donde convergen varias disciplinas, para este momento, las actividades del escritor, diseñador, ilustrador, fotógrafo y editor. El propósito de esta interacción es el de articular un producto editorial competitivo visualmente, lleno de contenido. No es tarea de uno sólo, las disciplinas se ayudan, comparten su interpretación del proyecto, proponen soluciones, después dan sugerencias de cómo representar aquel mensaje. ¿Entonces, quién solucionará el problema? Entre todos, lo ideal es que como comunicadores, estemos abiertos a escuchar todo tipo de Ideas.

El papel del ilustrador paralelo al del diseñador forma parte de este proceso productivo dentro de la sociedad. Así describe un poco su posición en este proceso Luis Rodríguez, diseñador gráfico e ilustrador, colaborador de revistas como Sputnik y A! Diseño. «...las palabras son siempre susceptibles de traducirse en imágenes, y quienes nos proveen de esas imágenes, de esas historias son los que escriben»¹⁵.

De esta manera reafirmamos, que todas las disciplinas que aportan ideas para una edición en paralelo, reconocen que el men-

¹⁵ Rodríguez, Luis. (1997). "Confesión de un diseñador". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 8, p. 16-21. México.

saje puede surgir de cualquier de ellos, en el proceso editorial es lógico pensar que los escritores tienen la primera palabra. El papel específico del ilustrador en este proceso es el de aportar soluciones gráficas visuales con su propio lenguaje (compositivo), sus propias herramientas (dibujísticas y pictóricas) y sus propios recursos. Su solución gráfica es muy diferente al del diseñador, su representación puede alcanzar altos niveles de significación en una sola imagen, su propuesta puede variar dependiendo de lo que quiera comunicarse, de la interacción con el diseñador, y de su propia interpretación, recordemos que tanto el ilustrador como el diseñador tienen la posibilidad de expresarse, de usar su estilo y de comunicar.

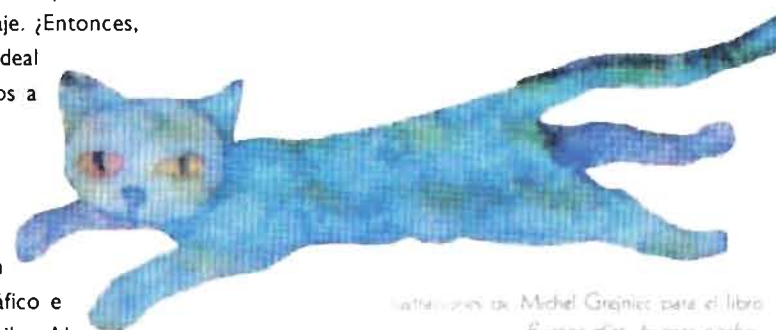
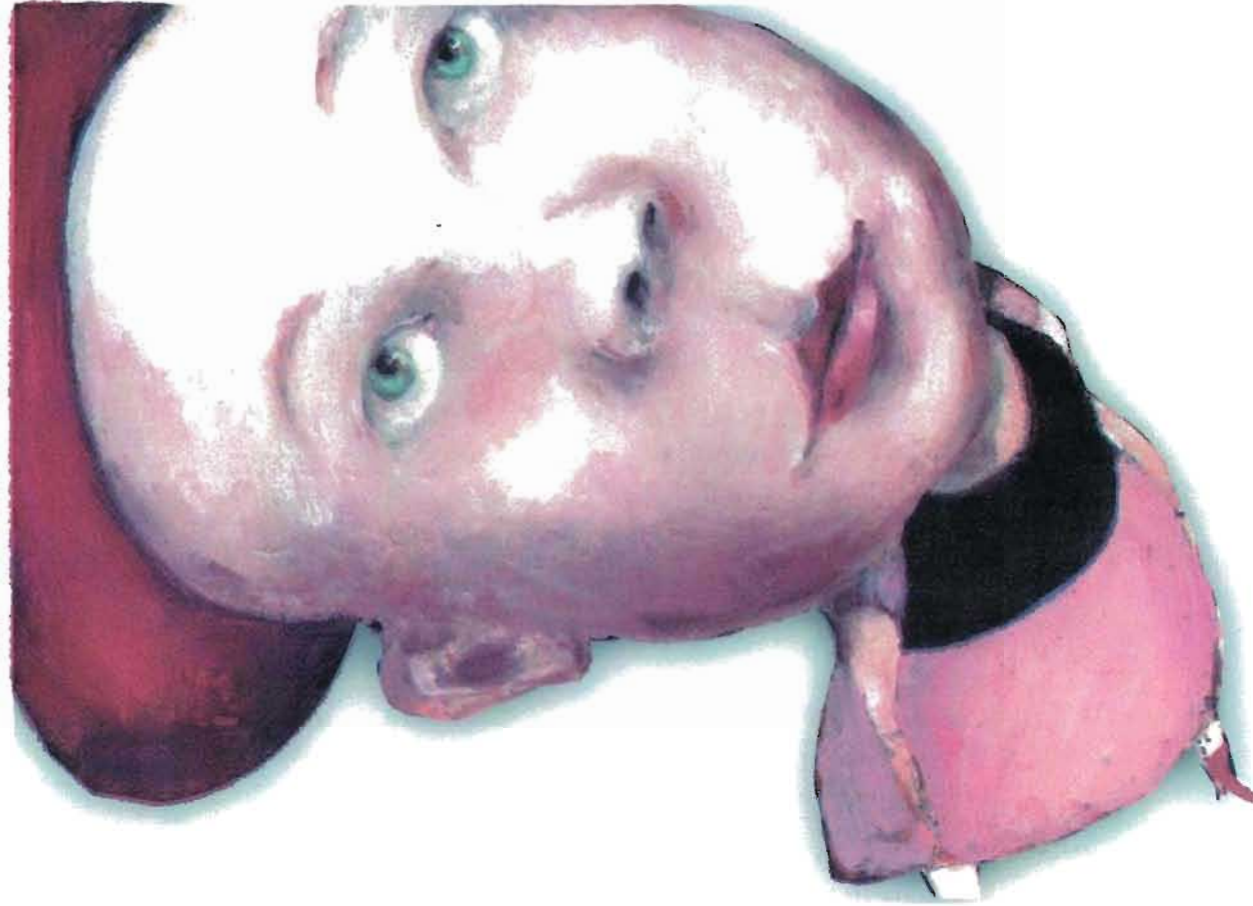


Ilustración de Michel Grignic para el libro *Buenos días, buenas noches*.

Gracias a esta capacidad de expresión y de comprensión del proyecto, el ilustrador puede dejar volar su imaginación y estructurar una propuesta creativa e innovadora. Un proyecto de diseño editorial contempla la opinión en su mayoría del escritor, (texto escrito, emisor del mensaje), de un diseñador gráfico (solución para el ritmo visual de la edición



Ilustración del libro francés *Le petite chaperon rouge*.

y el soporte), de un ilustrador (solución para el ritmo visual de la edición) y de un fotógrafo (toma de diapositivas de las ilustraciones, o de fotos si es una edición específica de fotografía).

Fabrizio Vanden Broeck, ilustrador reconocido quien ha incursionado en varios mercados internacionales, comenta que «ilustrar es establecer vínculos sinérgicos con el escritor, el editor y el lector, para un fin común, comunicar».¹⁶ A veces el editor se encargará de decir al ilustrador qué es lo que quiere, a veces el diseñador y el editor se adaptarán a una ilustración ya existente o a veces el ilustrador tomará todas las decisiones. Fabrizio Vanden Broeck como editor de ilustración de la revista *Letras Libres*, está consciente que como comunicador, de repente hay que observar un poco el trabajo de los demás, visualizar las soluciones de cada uno, en beneficio del proyecto.

El papel de la ilustración en este sentido sería el de actuar en el momento adecuado, como dice Norberto Chaves, teórico de semiótica y diseño, además de diseñador gráfico, «a veces actuar en el momento adecuado no quiere decir calidad absoluta, no hay que caer en actitudes racionalistas de preferencia, el proceso de diseño y de ilustración están siempre en constante evolución paralelamente a la tecnología»¹⁷.

Con la experiencia se aprende a observar los factores que determinen el contexto de ese momento y de ese problema en específico y poder aplicar entonces la solución adecuada. Alberto Caudillo nos dice que «...la ilustración es a fin de cuentas uno más de los recursos del hombre para comunicar, y aquí podemos incluir

¹⁶ Vanden Broeck, Fabrizio. (1998) "Hacia la fuerza de los arquetipos". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 10-15, México.

¹⁷ Chaves, Norberto. (2001). *El oficio de diseñar*. México: Editorial Gustavo Gili, p.14

cualquier mensaje, incluso de carácter personal. Por ello, esta disciplina puede resultar para quien se dedica a ella, ya sea como instrumento del quehacer profesional o simplemente por placer, un medio de expresión abierto a la búsqueda y a la experimentación. Y lo más importante, un campo de contenido-aprendizaje.»¹⁸ La ilustración nos permite retroalimentación pues avanza con la tecnología y con sus recursos, igual que cualquier proceso creativo nos permite experimentar para evolucionar y encontrar mejores soluciones visuales.

Es preciso comentar que igual que el buen diseño, en este caso la buena ilustración desafía o nos hace cuestionar, nos proyecta audacia. Es difícil hacer ilustraciones trascendentales, más no imposible. Sólo deben tomarse las decisiones adecuadas. Observar con detenimiento el problema y las necesidades del cliente. No hay que olvidar que los procesos creativos, hasta los artísticos, están inscritos en la actualidad en la economía, son en sí procesos productivos. El hecho de que un ilustrador haga por pedido una imagen no quiere decir que pierda por completo su libertad como creador, simplemente no hay que deslindar que como creativos tenemos la oportunidad de manejar un estilo propio, definir las herramientas con las que podemos trabajar y tomar las decisiones compositivas adecuadas en beneficio del mensaje.

Para Antonio Pérez Irragori, diseñador gráfico mexicano, co editor de la revista A! Diseño, el talento, la sensibilidad y la experiencia son piezas clave en «la realización de una ilustración trascendente». ¹⁹ Pero, ¿trascendente en qué sentido? Por lo que proyecta, por el estilo, por su discurso visual, porque esa toma

¹⁸ Caudillo, Alberto. (1998). "Ver para crear: hacedores de imágenes.", *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 36-39. México.

¹⁹ Pérez Irragori, Antonio. (1996). "El arte perdido de la ilustración". *A! Diseño gráfico*, no. 45, p. 37-22. México.

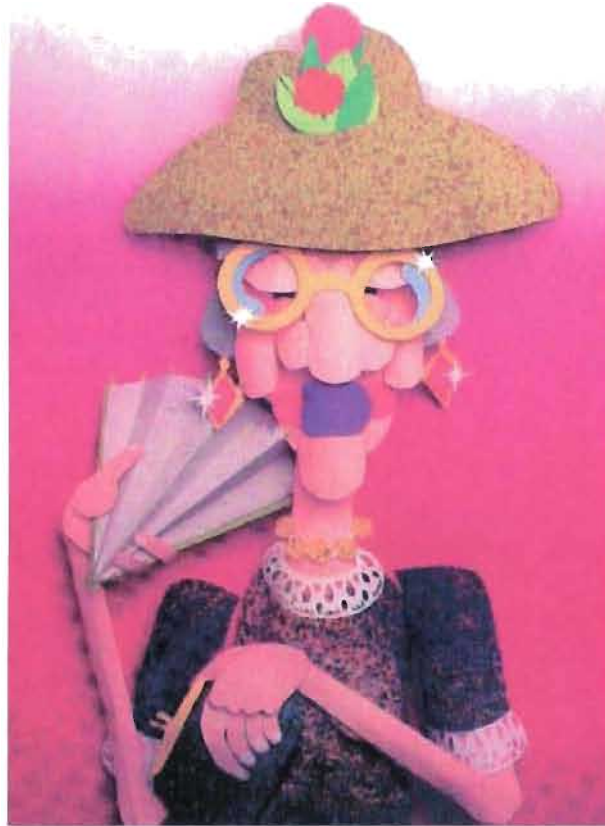


Ilustración en 3D de Ricardo Radosh, especialista en ingeniería en papel

de decisiones fue tan precisa y tan eficaz, que además de comunicar, la imagen es atrevida, propositiva y tan competitiva que se distingue de las imágenes con las que compete en el mercado.

Otro de los retos que enfrenta el ilustrador en la industria editorial es el ser encajonado en ediciones infantiles y juveniles, como si existiera una especie de nebulosa en donde sólo se cree que los niños y adolescentes perciben mejor una idea o un texto con ilustraciones. Tal vez pueda pensarse que la ilustración, por su textura, es más cálida que la fotografía, hace más contacto emotivo con el receptor, por eso es tan solicitada en las ediciones para niños. Eso hasta cierto punto es cierto, sin embargo suele olvidarse que los adultos también somos consumidores de imágenes, y al ritmo que vivimos actualmente, con tanta competencia visual, estamos ansiosos de conocer propuestas visuales de todo tipo, que involucren una cantidad infinita de técnicas y estilos.

Pensar que la ilustración es sólo para niños sería como pensar que el diseño es sólo para aquellos que leen entre líneas y encuentran significados profundos en las imágenes. La expresión y representación son para todos, la clave está en la importancia de saber el cómo y el cuándo. Pensar en la utilidad y la función, además, por supuesto del receptor. Ricardo Radosh, conocido por sus trabajos de recorte de papel, piensa que el trabajo del ilustrador debe crear esta conciencia de abarcar todos los soportes, «de experimentar en todos los ámbitos»²⁰, es decir, intentar comunicarle a todos.

²⁰ Radosh, Ricardo. (1996). "La ilustración en el México: una puerta difícil de abrir". *A! Diseño gráfico*, no. 35, p. 22-31. México.



Recordemos ejemplos de ilustraciones trascendentes en todos los soportes, ilustraciones como aquellas en el libro Jumanji, de Chris Van Allsburg; o tal vez en las cajetillas de Cigarros como Camel; la imagen que identifica a los Cerillos La Central; algunos anuncios navideños de Coca-Cola, etc. El uso de la ilustración en esos casos fue una decisión en beneficio del mensaje y del receptor no exclusiva para niños.

2.1.6 La ilustración de autor y las otras ilustraciones

Alberto Caudillo, ilustrador reconocido, opina que la «ilustración de autor, aquella en la que el ilustrador puede manifestar su particular punto de vista sobre el tema a tratar,»²¹ es decir, que el ilustrador puede expresar lo que piensa de aquello que va a comunicar, el mejor ejemplo de la ilustración de autor es la caricatura política. La representación gráfica de una postura, social, cultura, económica o política, es siempre considerada como de autor.

Estamos de acuerdo en que la ilustración de autor, permite al ilustrador imprimir al trabajo su personalidad, característica que tiene que ver con el estilo, su manera de pensar, y su libertad para decidir como quiere la solución gráfica sin importar la opinión del diseñador, o del editor.

La ilustración de autor requiere mucha experiencia, está generalmente relacionada con aquellos personajes dedicados a hacer caricaturas, comúnmente llamados «moneros», existen casos muy interesantes como el de Rius, Edgar Clément, Naranjo,

Trino, Maricuz R. Gallut, colaboradores de ediciones como Gallito Cómics, Matiz, Proceso, el periódico Reforma, etc. Maricruz Ruiz Gallut, monera e ilustradora, colaboradora de la revista Proceso en la sección TV nos comentó en entrevista, que también las mujeres pueden hacer ilustración de autor, su experiencia como monera y ávida lectora nos ofrece propuestas interesantes, el análisis que ella genera para realizar su ilustración es como el proceso antes descrito, no es sólo traducir un texto en imágenes, sino interpretar, representar y atreverse a manifestar la propia postura social y política. Sintetizar en una imagen lo que ella piensa y siente al respecto de lo que está leyendo, su ilustración es audaz, dinámica, y hasta a veces casi sarcástica. Su trayectoria la ha llevado a luchar por un lugar para opinar sobre la situación de nuestro país con imágenes. Para ella la ilustración de autor, su ilustración, debe ser trascendente, llegar al corazón, hacer conciencia social, debe hacernos pensar en algo más que en televisión.

La ilustración de autor no sólo la generan los moneros, aquellos que tienen tiempo en el medio y que trabajan por encargo o para un proyecto en particular, tienen por supuesto, la capacidad de generar ilustración de autor, independientemente de su trabajo editorial, los ilustradores siempre tienen algo más que decir, quieren aportar su punto de vista sobre el medio, su trabajo o su situación social; el aportar este tipo de imágenes les otorga a aquellos que la realizan un sello distintivo, también

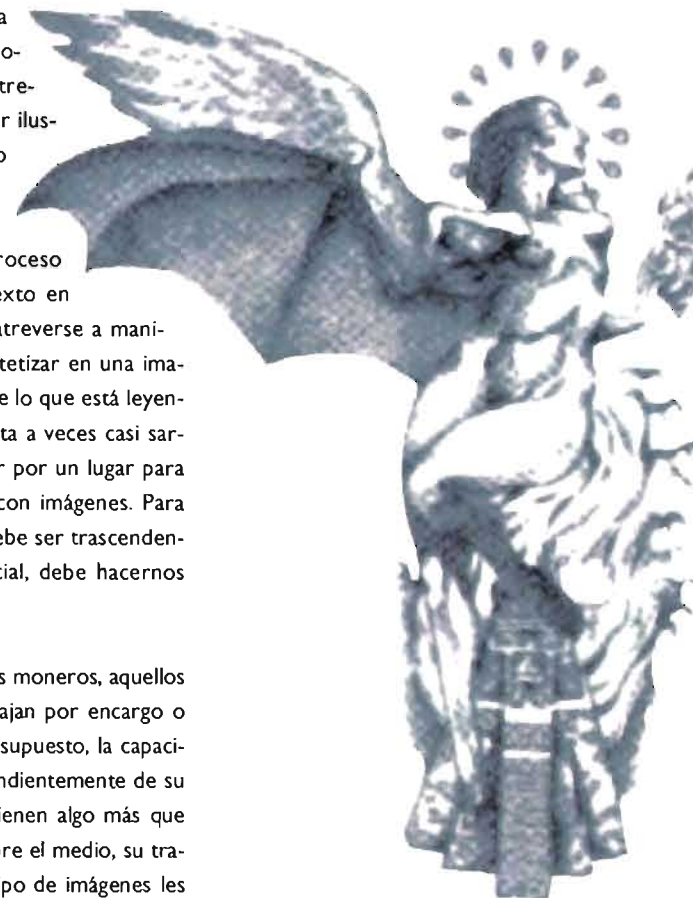


Ilustración de Edgar Clément para *Operación Bolívar*

Caudillo, Alberto. (1998). "Ver para crear creadores de imágenes.", *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 13, p. 36-39. México.

Nos dice Alain Espinoza, ilustrador reconocido de libros infantiles. Trabajos como el Orient Express, Dinotopia, Arthur, La Caverna Encantada o el Pájaro del Alma, nos muestran la amplitud de estilos y composiciones de los ilustradores.



Ilustración de Alain Espinoza.

Además de la ilustración de autor existe también en el mercado la ilustración de ediciones como las revistas, que es una buena muestra de cómo se está manejando la ilustración en el momento, es el uso de viñetas, de la caricatura política y el atractivo visual de ciertos artículos; la ilustración de periódicos nos lleva generalmente al comic y tiene gran trayectoria; la ilustración informativa que nos muestra estadísticas, diagramas, gráficos, La ilustración técnica que trata temas muy específicos como instrucciones para armar o conectar algún aparato electrónico, procesos técnicos además de proyectar objetos de naturaleza tridimensional en un plano bidimensional. La ilustración arquitectónica ha evolucionado gracias a la computadora, muestra los espacios desde el bocetaje hasta la proyección de la construcción terminada. La ilustración médica es la que encontramos en catálogos y libros médicos, explicando con el lujo de un taxidermista la constitución anatómica del ser humano o de los animales.

Y nos quedan la ilustración botánica que muestra ejemplos muy realistas de plantas, la ilustración comercial o publicitaria para anuncios publicitarios y realzar el interés por un producto determinado y la ilustración científica es aquella donde se muestran los detalles relacionados con la ciencia, por ejemplo, la constitución de plantas y frutas; la estructura de una célula, la descripción de ciertos procedimientos quirúrgicos, la estructura de ciertos materiales para la ciencia como microscopios y telescopios, ciertos diagramas de ubicación de estrellas y planetas, etc.

La ilustración que más nos interesa en este proyecto es la ilustración infantil, pues es aquella que se maneja en la propuesta. La ilustración infantil por su estructura formal y cromática es usada para el receptor joven que también adquiere conocimiento y relaciona las imágenes que observa en los libros y en soportes audiovisuales con su entorno real. Además de que es lenguaje más utilizado hoy en día de emisión de mensajes para los niños y los jóvenes.

2.1.7 La importancia de la ilustración en los libros infantiles como concepto de diseño.

Como vimos anteriormente el ilustrador también toma decisiones formales y cromáticas para una solución gráfica visual, decisiones que beneficiarán al mensaje. Si el receptor de ese mensaje es el público infantil, entonces esa toma de decisiones deberá beneficiar al receptor, al niño, para que el proceso de comunicación a través de la ilustración, tenga éxito. El realizar imágenes con las que los niños se identifiquen agiliza la comprensión de los mensajes.

Esta identificación con las imágenes se presenta gracias a la elección de situaciones parecidas a la realidad de un niño, por ejemplo, el juego, la imaginación y la creación de personajes fantásticos; hablando de color podemos decir que los niños se sienten identificados con colores audaces, brillantes y muy saturados en general, el uso abierto del color en la ilustración es otro elemento de identificación. Consideramos que la importancia del uso de la ilustración en los libros infantiles radica en que las imágenes

acercan a los públicos jóvenes a la lectura, pues pueden ser testigos de cómo puede proyectarse con figuras y formas aquello que leen, hacen cierta conexión cognoscitiva entre la imagen y el texto escrito, es lógico que piensen que cualquier texto puede generar ese tipo de imágenes.

«Pensábamos en los niños como los adultos del futuro, pensemos mejor en ellos como los niños de hoy.»²³ La preocupación de Alain Espinoza es hacer conciencia de la percepción de los niños como niños, no como los adultos que serán algún día. Evidentemente en ese análisis, si consideramos a los niños con su crecimiento y su aprendizaje sobre el mundo exterior nos daremos cuenta que su etapa de analogías y referentes, comienza.

De la misma forma que se les enseña leer con el alfabeto, hasta que ellos mismos pueden decodificar los mensajes, se les enseña a entender las imágenes, poco a poco, a hacer sus propias comparaciones. Los dibujos son los referentes más sencillos que tiene un niño de la realidad, ya que es improbable que se tengan ejemplos fotográficos de todo lo que les rodea, los dibujos les proporcionan ejemplos sencillos, fáciles de reconocer.

Además de que las ilustraciones proporcionan referencias de la realidad, decíamos que pueden introducirnos en mundos fantásticos, inexistentes. Las ilustraciones hacen que un texto sea divertido, fresco, dinámico y provocan que a partir de las imágenes ellos generen sus propias historias. Estimulan su inteligencia y su capacidad de percepción, una de las premisas mundiales con respecto a los libros infantiles es sumergir al

individuo en el mundo de la lectura, es por eso que actualmente la ilustración infantil cuenta con un gran número de seguidores, las propuestas son cada vez más audaces y llenas de movimiento, vemos que también las propuestas han cambiado en los medios audiovisuales refiriéndonos a la ilustración. Como los cortometrajes franceses o alemanes o las tiras cómicas animadas.

«Una vez acabada la ilustración con curitas en los dedos, el objeto o los objetos se han convertido en personajes de una historia, que a pesar de ser la representación de un tema específico, cada quien puede darle una interpretación diferente, cada quien le puede dar su propio sentido al utilizar sus sentidos al percibir la ilustración.»²⁴ Lo más importante para el ilustrador Julio Carrasco, son las historias que se desprenden de sus ilustraciones, lo que podemos construir a partir de ellas y a partir de lo que él mismo nos está contando de la mano del tema al que se refiere. Julio se dedica a hacer ilustraciones en tercera dimensión con objetos usados, de esos que se encuentran fácilmente en el mercado de sonora, su ilustración abarca el terreno infantil y juvenil, además del periodístico.

Descontextualiza aquellos objetos que encuentra en los mercados, para después atribuirles otro significado gracias a sus composiciones y definidos por su discurso. Lo que podemos desprender de su punto de vista es que la ilustración infantil nos permite crear otros mundos a partir de lo que vemos, el tema es un todo dado por el ilustrador con toda la intención de que los niños lo amplíen.

²³ Espinoza, Alain. (1998). "Imaginación que imagina el imaginado." *Memorias del Simposio Internacional*, vol. 1, p. 46-49. México.

²⁴ Carrasco, Julio. (1998). "Los sentidos de la ilustración." *Memorias del Simposio Internacional*, no. 1, p. 32-35. México.

Ilustración de Francisco N. Bouchain
para el libro *Pájaros del Alma*

لما... ٥٥٢٤٦



El éxito de la ilustración en los libros infantiles radica en que, haciendo una analogía con los soportes audiovisuales, la composición en la ilustración evoca escenas audiovisuales, de cine, por ejemplo y también como lo mencionábamos anteriormente en el uso de diferentes técnicas pictóricas y dibujísticas que explotadas adecuadamente generan el estilo de cada ilustrador, cada técnica implica el uso de ciertas herramientas que aportan una diferente carga expresiva cada una.

2.1.8 Técnicas de ilustración propuestas para el audiolibro

Por experiencia visual, es prudente hacer notar que existe una relación estrecha entre la herramienta que utiliza cada técnica y el significado que pueda dar cada una como resultado. Las técnicas ilustrativas no son exclusivas de esta disciplina, se derivan por supuesto, de la pintura y del dibujo y cada una tiene características especiales: por textura, color, brillo, y cualidades técnicas que nos permiten trabajar según la sensación que queremos dar y nos permiten controlar formalmente el resultado final de la ilustración según el mensaje.

La aplicación del color en la ilustración depende de la técnica usada, algunas herramientas proporcionan colores más saturados o más brillantes. Habrá técnicas que luzcan más con determinados colores, como Scratch, con el alto contraste, blanco y negro o el gis pastel con el uso de los sepías que exaltan su textura rugosa. Además de los colores brillantes que lucen increíbles con el óleo o los colores fríos que se perciben muy reales con la acuarela.

Existen las técnicas tradicionales derivadas de las técnicas pictóricas: la acuarela, el óleo y el gouache; y técnicas alternativas y modernas como la ilustración tridimensional o la ilustración digital. Las técnicas tradicionales son el origen de las modernas, son un medio líquido fácil de manipular y de aplicar a diversos soportes. Las técnicas modernas se presentan como una nueva opción y obteniendo toda clase de efectos, son muy solicitadas sobre todo por aquellos ilustradores a los que les molesta ensuciarse las manos o aquellos que consideran que pueden obtener los efectos deseados según su discurso. Las técnicas de ilustración también se clasifican en secas, húmedas y mixtas. Las técnicas húmedas utilizan el agua o el aceite como medio que facilita su aplicación, las técnicas secas se usan sin agua o medio líquido y las mixtas usan las dos.

Una de las propiedades de las técnicas de ilustración es la textura. La textura puede ser óptica o táctil, es decir, visual o táctil. La textura óptica se presenta como propiedad visual de una superficie que hace referencia a su constitución física, por ejemplo, una serie de puntos consecutivos, una serie de líneas entrelazados o manchas de color dispuestas sobre un plano. La textura óptica se percibe generalmente por el contraste entre elementos dispuestos en un plano. La textura táctil o táctil por el contrario está relacionada con el sentido del tacto y se refiere también a la constitución física de los objetos, si son rugosos, lisos o suaves.

En la ilustración, las técnicas que se utilizan presentan como una característica más, los dos tipos de textura. Las herra-

mientas que definen cada técnica tiene una textura táctil; así tenemos que el gis pastel es rugoso y seco; la acuarela es un medio líquido que a diferencia del acrílico es más soluble, etc.; y la textura visual se presenta cuando se aplican estas técnicas en un soporte determinado. La combinación del soporte y de la herramienta dan lugar a la textura táctil; así tenemos que el gis pastel proporciona trazos con un grano muy abierto y puede saturarse fácilmente; la acuarela nos da visualmente una textura translúcida o casi transparente propia del pigmento combinado con agua, etc.

Otro elemento importantísimo en la ilustración es la relación figura-fondo, gracias al ejemplo que tenemos de los medios audiovisuales podemos recrear esos efectos de fondo-figura en las ilustraciones, jugando con los planos. La riqueza existe en que este binomio no se da inmediatamente, es un efecto que tiene que crearse con el manejo del color, la luz y la sombra. Con la ilustración crearemos ambientes e incluso lograremos imitar la realidad de una manera casi perfecta, sin necesidad del uso de la cámara fotográfica. No estamos diciendo que un medio tiene más importancia que otro, simplemente que en algunas circunstancias es un medio muy versátil. El manejo de la figura y el fondo influye en nuestra percepción visual, y en la manera en que por jerarquías vemos cierta forma como prioridad sobre otra u otras. Los conceptos antes mencionados que influyen sobre la percepción visual, como el equilibrio, la tensión, etc., al ser aplicados a la composición formal de una ilustración provocan que el mensaje sea recibido de la manera adecuada por el receptor.



La técnica que se emplea da el carácter y la cualidad al trabajo ilustrativo, es por eso que actualmente muchos clientes prefieren la ilustración como una alternativa comunicativa mejor que la fotografía, consideremos entonces a la ilustración como un medio sumamente versátil adaptable a muchos soportes y circunstancias. Aquí hacemos una propuesta de las técnicas que pueden funcionar para la intención de nuestro audiolibro.

2.1.8.1 El lápiz de grafito

Es una técnica seca y una herramienta muy sencilla de utilizar, los hay de diferentes grosores para proporcionar varias calidades de línea al utilizarlos. Se clasifican por el sistema H-B, por su dureza y su textura, así tenemos desde el 9H, el más duro; pasando por el HB, el intermedio; hasta llegar al 8B, el más blando, los lápices más duros sirven generalmente para hacer bocetos donde no se utilicen ni luces ni sombras, los más blandos nos dan calidades de clarooscuro y se pueden usar para hacer cambios de tonos.

Esta técnica nos proporciona un rango de dibujo muy amplio, proporcionando tonos aterciopelados y detalles finos. El grafito también se puede encontrar en barras gruesas que sirven para superficies amplias, las barras de grafito nos dan diferentes calidades de línea según su inclinación sobre el papel. Y dependiendo del papel que usemos es la textura fina o suave que obtenemos. A mayor grano del papel corresponde menor detalle, pero mayor textura.



Ilustración de Chris Van Allsburg
para el libro *Los misterios del señor Zúvula*
(lápiz de grafito).

El lápiz de grafito se basa formalmente en el contraste para trabajar, usando calidades de negro y generando así luces y sombras; cromáticamente hablando nos da una amplia escala de grises para dar ese efecto en fade de la luz. Un ejemplo actual del uso del lápiz es la obra de Chris Van Allsburg, conocido escritor de literatura infantil, autor de libros como *Jumanji* y *el Orient Express* quien encontró la vocación de la ilustración unos cuantos años más tarde, y le da la oportunidad de concebir una obra literaria teniendo ya en mente, su representación plástica. De formación autodidáctica en cuanto a la ilustración, sus propuestas son cálidas y llenas de mensajes ocultos. En sus propias palabras: «Primero, veo las imágenes de la historia en mi mente. Entonces la creación de la historia viene de hacerme preguntas a mi mismo. Supongo que podemos llamarle ¿y qué hay si...? o ¿qué pasaría entonces?, estas preguntas me acercan a la escritura y a la ilustración.»²⁵

En su libro *Jumanji*, nos muestra un mundo fantástico salido de un juego para niños, imágenes que no hubiéramos imaginado de no ser por que él nos las presenta de esa manera, su manejo del lápiz de grafito le da un carácter un tanto nostálgico a sus libros y nos acerca a su concepto del mundo infantil.

El lápiz de grafito genera diferentes efectos dependiendo del papel donde se aplique. Si se utiliza un papel con un grano muy grande generalmente dará efectos de alto contraste, sugiriendo que estas imágenes son muy viejas. Si el papel es de grano fino, la calidad de línea aplicada se verá más delgada y nos permitirá hacer un dibujo más libre y con más aire visual, además de más detallado.

Van Allsburg Chris. sitio-personal.com/chrisvanallsburg



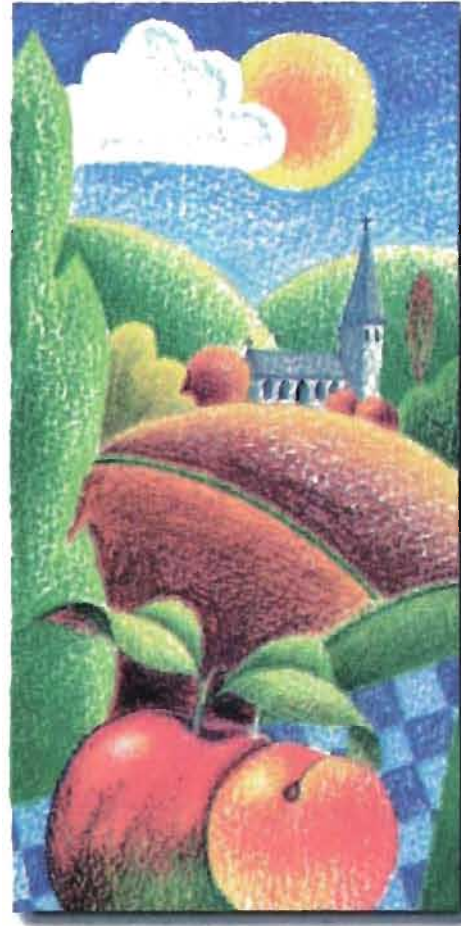
Nos parece importante mencionar el lápiz de grafito pues la herramienta fundamental del ilustrador al bocetar, aunque pueda explotarse al máximo y conseguir soluciones gráficas contrastadas e interesantes, el dominio de esta herramienta nos relaciona con la propia escritura y con el bocetaje de la pintura.

2.1.8.2 El lápiz de color

Los efectos que se alcanzan con los lápices de colores son infinitos, también nos otorgan una amplia gama de calidades de línea según su inclinación sobre el papel. «Con los lápices de colores se pueden obtener efectos muy diferentes. Al utilizarlos sin disolvente se caracterizan, sin importar lo profundo de los tonos, por una cierta suavidad que proviene del efecto del grano del papel.»²⁶ La ventaja de la interacción entre lápices de color y papel es que gracias al color de ambas herramientas las posibilidades aumentan, podemos explotar el color de un papel para crear efectos suaves y conmovedores o audaces y llenos de movimiento, sobre todo cuando se utilizan sobre papeles porosos como los fabrianos, este papel en conjunto genera una sensación de calidez, indistintamente del tono que se utilice. Los hay de diferentes marcas y texturas, podemos considerar como profesionales a aquellos que tienen un alto grado de cera en su elaboración.

La técnica a lápiz de color llega a su máxima expresión cuando no es utilizado el tono negro, sino que todas las sombras se generan a través de ocres o azules que tengan un alto grado en las escalas de valor e intensidad. Los tonos medios y complementarios se

Van Allsburg, Chris. Sitio personal. www.chrisvanallsburg.com



(lápiz de color)

logran con la suma de un tono menos intenso en la escala cromática y un tono más intenso, es decir, si queremos conseguir un tono sepia, no usaremos el lápiz que ya tiene asignado ese valor sino que en el momento del dibujo mezclaremos, en este caso, un amarillo muy tenue con un rojo intenso. Funcionan perfectamente para sobreponer tonos, más no se pueden mezclar como las tintas, los óleos o las acuarelas.

La mayor calidad en una ilustración hecha a base de lápiz de color se da por la superposición de tonos entre los lápices. Un ejemplo actual del uso del lápiz de color lo podemos ver en el cuento El niño y el afinador de piano de Saavedra Fontes, ilustrado por Michelle Pelletier, que nos muestra el ritmo de la música a través de cambios tonales con la técnica mencionada, Michelle Pelletier se caracteriza por realizar ilustraciones altamente figurativas, donde los detalles están marcados por los cambios repentinos entre tonos, como no se basa en el contraste total de los tonos, su estilo ilustrativo nos permite percibir cierta gradación, que nos remite a un equilibrio armónico.

El lápiz de color es una técnica seca, funciona de la misma manera que el lápiz de grafito, aunque en este caso es difícil usar el alto contraste, la combinación de tonos nos permiten una gran variedad de efectos. Las ilustraciones hechas con lápices de colores son cálidas, rugosas. Una condición muy importante para su aplicación es que nunca debe saturarse la cantidad de cera en el papel hasta alcanzar el brillo, esto quiere decir que estuvo mal aplicado el color. Imita un poco a la cromosíntesis sustractiva de las artes gráficas.

1976 00-1-10

2.1.8.3 El gis pastel

Es una técnica seca altamente rica en texturas, el material mismo nos facilita el manejo de éstas, su consistencia porosa da a las ilustraciones una gran carga tanto tonal como expresiva. Es una herramienta versátil. «La pintura a pastel implica la fusión suave de tonos y colores mezclándolos sobre el soporte con los dedos, difuminos o pinceles. Ejerciendo una presión difuminadora de forma enérgica se consiguen los puntos de luz o se fusionan los colores. Variando la presión al sujetar la barra se puede lograr que el pigmento se adhiera a la superficie del papel o se deposite suavemente sobre la misma.»²⁷

Los efectos más audaces en el uso del gis pastel se consiguen al fusionar los colores de manera espontánea. Hay dos tipos de gis pastel: el de barra o seco y el graso. Los dos son ricos en textura, sin embargo consiguen efectos totalmente diferentes, la fusión de tonos con el gis seco provoca una sensación aterciopelada, como si sobre el dibujo pusiéramos una tela translúcida; en cambio con el gis graso el efecto podría considerarse más auténtico y menos rígido en algunas ocasiones, el manejo de la luz y de las sombras se nos presenta de una manera más suave. Un buen uso de esta técnica puede generar resultados que se asemejen a la técnica al óleo. Como ejemplo tenemos el libro infantil colombiano «Las cabritas de Martín», escrito por Concha López Narváez e ilustrado por Carmen Cardemil, este cuento nos habla de un niño pastor que muere cuidando a sus cabras. A diferencia del argumento de la historia, nos muestra un gran uso del color con el gis pastel, combinando el seco con el graso, sobre



Ilustración de Carmen Cardemil
para el libro *Las cabritas de Martín*
(gis pastel)

un soporte oscuro, utilizando tonos muy intensos tanto cálidos como fríos, de esta manera el receptor (el niño) al leer la historia conjuntamente con las ilustraciones no tiene la sensación de tristeza que provoca la historia, pues lo que ve es un contraste total con ella. Las ilustraciones con acuarela cambian de intención según la cantidad de agua que se utilice, así podemos encontrar que algunos ilustradores, incluso mojan la zona donde van a pintar para conseguir un efecto más suave de más ilusión.

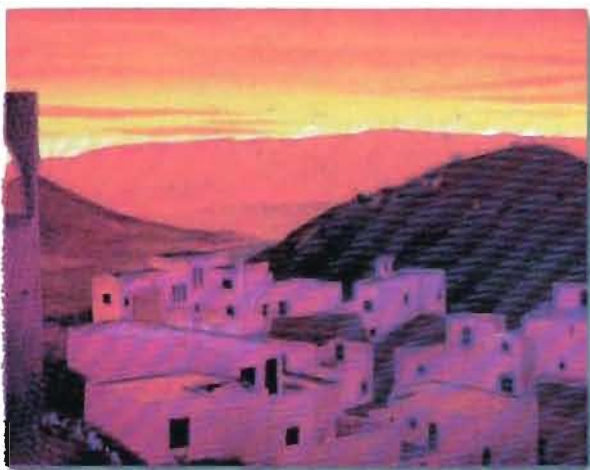
Un ejemplo muy sencillo del uso de esta técnica lo vemos en el cuento para preescolares, *Buenos días, buenas noches*, escrito e ilustrado por Michael Grejniee, donde el autor utiliza un papel muy delgado que humedece previamente para hacer sus dibujos. El uso del material de esta manera nos da una sensación entre sencillez, equilibrio y juego que hace que los niños pequeños se sientan identificados con los personajes (un hermano y una hermana pequeños). La historia maneja los opuestos, día-noche, cerca-lejos, y las ilustraciones nos muestran historia completas en cada uno de estos opuestos.

2.1.8.4 Acrílico

El acrílico es una técnica húmeda y se considera como una técnica intermedia entre la acuarela y el óleo, puede ser translúcida o llenar el papel de capas saturadas de color y tiene una ventaja sobre del óleo, seca muy rápidamente y es fácil de corregir, en ese sentido es tan noble como la acuarela.

²⁷Slade, Catherine. (1995). *Técnicas de Ilustración. Manuales de diseño*. España, Editorial Gustavo Gili.





(acrílico)

2.2. Diseño editorial, de la imprenta al disco compacto

La imprenta, invento de Gutenberg, agilizó el proceso de la producción de libros, consistía en una plancha en la parte inferior y un torno con plancha en la parte superior. Las letras o tipos eran piezas cuadradas o rectangulares en volumen según la anchura de la letra. Estas piezas metálicas o tipos eran ordenados en una caja, la caja tipográfica, para ser entintados y posteriormente por medio de la prensa imprimirlos en papel. El orden de los tipos generaba el texto y por las condiciones técnicas del invento, las letras al ser impresas tenían espacios entre renglones que desde entonces llamamos interlineado. Los márgenes de un texto nacieron de la necesidad de espacio para la legibilidad. Esta época «...ve a la página impresa como un medio práctico que está hecho a la medida de su idea de la perfección matemática del mundo.»²⁹

Es evidente que ya al inicio de la imprenta, podía observarse la intención de ordenar lo diseñado, en este caso, las ediciones. De esta manera surge el diseño editorial, como una respuesta de composición para la mejor legibilidad posible al momento de formar la caja tipográfica e imprimir la página de un libro.

«La imprenta influyó de manera capital en la evolución de los siglos subsiguientes. Desde su invención, los frutos del trabajo intelectual pudieron alcanzar todos los rincones de la Tierra y legarse a todas las generaciones posteriores. Desde entonces, millones de personas pudieron salir de la ignorancia, y la edu-

cación universal pudo plantearse como una posibilidad concreta. La imprenta produjo también una gran revolución en la publicidad: a la palabra hablada y escrita se añadió la palabra impresa, y los estrechos límites a que hasta entonces estaba reducida se ampliaron hasta el infinito. La impresión de libros no significó sólo una aceleración en la producción, sino también grandes tiradas y, con ellas, la difusión mundial de obras impresas.»²⁹ El diseño del libro impreso surge como consecuencia social y cultural, lógicamente es introducido por la ventaja que éste tiene en la difusión de notas y sucesos que a la clase intelectual y poderosa le interesaba propagar.

Esto sucede en un momento en el que las formas eran escudriñadas por el ojo analítico que el Renacimiento proponía. La era renacentista influyó en muchos de los conceptos actuales del diseño editorial, además del extenso uso de la tipografía y del constante interés por renovarla y diseñar nuevas fuentes, se aportaron elementos estéticos y artísticos a todo aquello que el hombre hiciera para hacerlo parte de su cultura, podemos decir que fue a partir de entonces que las imágenes tomaron un auge importante en los textos, su función no era sólo demostrativa ni ornamental, como en los textos antiguos, sino como elemento expresivo, funcional y evidentemente comunicativo pues impulsaban la evolución de la educación y del conocimiento.

A partir de su invención en Alemania, la imprenta se expandió por toda Europa a países como Italia, Francia e Inglaterra, y ya una vez consolidado, la creatividad salió a relucir. «Aunque los impresores del s.XV estaban conformes con el formato del libro en esa época,

Enciclopedia Britannica. www.britannica.com

Müller Brockmann, Josef. (1986). *Historia de la Comunicación visual*. España: Editorial Gustavo Gili, p. 34

el uso de las ilustraciones impresas produjo una nueva expresión. Ellos usaban grabados en madera para las ilustraciones y experimentaron en huecograbado. Los grabados en madera fueron producidos antes que los tipos móviles y fue muy sencillo desarrollar ilustraciones adecuadas para los libros, posteriormente en la imprenta.³⁰ Los elementos gráficos y tipográficos hacían una composición innovadora que le dio un nuevo carácter a los libros, además de aportar un buen contenido en el texto, las personas no sólo adquirían un libro por el conocimiento, sino también por el gusto de verlo. «Los grabadores e impresores realizaban principalmente imágenes de santos y para juegos de cartas; sus grabados ilustraban también los libros impresos»³¹

Como podemos observar la ilustración cobraba auge en los Impresos, además de su anterior función ornamental, ésta aportaba más información que aquello que estuviese escrito, comunicaba junto con el texto y tenía también su propio discurso. Podemos decir que este fue el inicio del diseño gráfico editorial como tal, el innovar la composición de los impresos para atraer la atención, para hacerlos competitivos, además de comunicar lo que los impresores querían decir. «Tras la invención de la tipografía, los editores empezaron a enviar a sus potenciales lectores catálogos de sus publicaciones o a anunciarlas en carteles.»³² La interacción de la imagen con el texto generó ediciones más dinámicas y llenas de información visual.

El florecimiento del proceso editorial que conocemos actualmente se originó a partir del comercio de libro. Durante tres siglos no hubo cambios importantes en la forma de producir

³⁰ Enciclopedia Británica. www.britanica.com
³¹ Müller Brockmann, Josef. (1986). *Historia de la Comunicación visual*. España: Editorial Gustavo Gili. p. 34



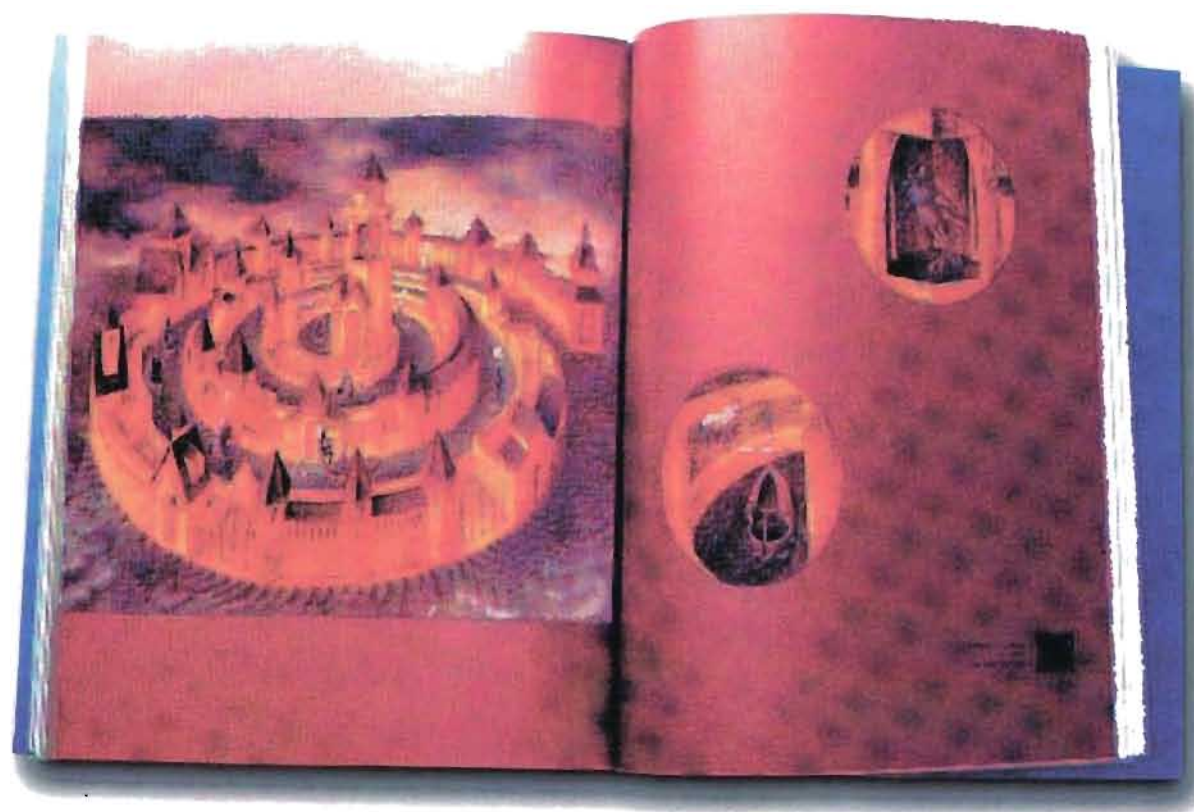
Libros infantiles sobre la historia de México

Müller Brockmann, Josef. (1986). *Historia de la Comunicación visual*. España: Editorial Gustavo Gili. p. 35

libros, pero su diseño cambió constantemente en conceptos como los márgenes, el espacio entre letras, las ilustraciones y el cálculo tipográfico, proceso que nace por la medición de los tipos móviles y las variaciones de fuentes que había; el cálculo tipográfico permitía al impresor saber cuántos caracteres según la letra, le cabían en una línea y en un párrafo, de este modo el texto quedaba mejor organizado.

Después de grandes cambios como la expansión de las librerías, la creación de la ley copyright, la evolución artística, los nuevos descubrimientos, las guerras y sobre todo la tecnología, el libro pasó de ser un objeto único y artesanal a un producto comercial producido en serie para diferentes receptores y con distintos contenidos. La capacidad técnica de la imprenta tuvo que mejorar por las exigencias sociales, a mejor impresión, mayor demanda de ejemplares, este proceso entonces debía ser acelerado. Así que la máquina como tal evolucionó a la par de los cambios tecnológicos hasta llegar a la computadora, ésta ha facilitado la producción y la presentación de los libros.

El diseño editorial no es entonces cosa nueva, ya se veían demostraciones de su función desde que el impresor buscaba la composición ordenada de sus tipos y los artistas encontraban otro medio de expresión, basándose en los textos que leían. Los dos procesos en conjunto dieron origen a lo que hoy conocemos como diseño editorial. Ese elegir elementos gráficos y tipográficos para una mejor lectura, además de que el producto sea agradable a la vista es la base del diseño editorial.



Su función consiste en la composición, ambientación y presentación del producto editorial, esto es de la edición. Entendemos una edición como un soporte editorial con atributos y características propias del mismo soporte, implica elección del espacio-formato (medida del papel) adecuado, la cantidad de información que se vaciará o representará, que elementos icónicos se usaron, edición como organización de todo este material visual.

Las tendencias en ediciones han cambiado por los movimientos culturales, estilísticos y ahora la globalización, es de esperar que las ediciones cambien con estas tendencias, es decir, el diseño de ediciones es variado, dinámico, extrovertido y en algunos casos hasta abstracto, esto es por que el receptor también está cambiando. Teniendo como referente el resultado gráfico de nuestro producto editorial, el diseñador no debe dejar de lado el verdadero fin, la buena comunicación con todo proyecto gráfico.

Refiriéndose a la aportación y desarrollo de la tecnología aplicado al diseño gráfico, en ese caso, diseño gráfico editorial, Pablo Rovalo y Erick Martino, colaboradores de la revista *Matiz*, nos dicen «Un ejemplo cercano para los diseñadores sería el de la computadora. Al principio nos llega como un aparato maravilloso de que sabemos que podríamos sacar muchísimo provecho (hemos visto los resultados en revistas, libros o documentales), pero de entrada aún no tenemos la capacidad de lograrlo así que nuestra solución es aplicar toda la tecnología de la computadora para mejorar nuestro, hasta entonces funcional, medio del paste-up. Esto, con impresiones láser de nuestros logos en varios tamaños o con cartones de tipografías

condensadas o expandidas electrónicamente. La tecnología nos aporta un beneficio, no el que podríamos alcanzar, pero sí una nueva forma de hacer las cosas que termina por cambiar nuestro método de trabajo, y lo que no impide que después se maneje como es debido.»³³

Los cambios tecnológicos como lo mencionábamos anteriormente, aportan beneficios a los procesos creativos, podemos decir que dependiendo el avance de métodos y técnicas, los diseñadores gráficos pueden ampliar las propuestas visuales gracias a estas nuevas herramientas e ir innovando dentro de la disciplina, mientras que la tecnología vuelve a cambiar, este cambio es constante y depende de las instancias económicas, políticas y sociales.

Dentro de este desarrollo podemos observar que las herramientas, a partir de la imprenta, han cambiado muchísimo, el aporte de la computadora nos permite establecer nuevos criterios de diseño gráfico, el proceso antiguo de las planchas metálicas de la imprenta se sustituyeron por el proceso electrónico de edición; es decir, los tipos móviles se cambiaron por tipos electrónicos, en tipografía de computadora que puede cambiarse y adaptarse de manera más rápida y eficaz para obtener el diseño de una edición. La tecnología también aportó nuevos soportes gracias a la invención de la computadora, uno de estos soportes es el CD, y evidentemente automatizó y mejoró los sistemas de producción, así tenemos el ejemplo del Offset, sistema de impresión que tiene como antecedente la imprenta de Gutenberg. El sistema del offset, como medio de producción del

diseño editorial consiste en máquinas formadas por bobinas, cargadas con placas metálicas, por donde pasan grandes cantidades de papel que posteriormente será impreso, gracias a las placas metálicas; encuadernado y refinado.

El diseño editorial gracias a su evolución y a su aportación a la disciplina del diseño gráfico es considerado como una disciplina creativa.

2.2.1 El diseño editorial como disciplina creativa

El diseño editorial es un proceso creativo, entendiendo que la creatividad es una tarea intelectual en donde se nos da un problema a solucionar y se considera creativo a aquel que además de hacer uso de herramientas tradicionales para resolver ese problema, es capaz de reconocer la versatilidad en tantas otras herramientas, llámese técnicas o intelectuales, y darles una nueva función. Es decir en el caso del diseño gráfico, tomar signos visuales con un significado conocido, decodificarlos, descontextualizarlos y recodificarlos en una nueva solución gráfica.

El diseño editorial es un proceso que involucra a muchas personas, desde el generador del texto, hasta el fotógrafo, ilustrador, diseñador gráfico e impresor. La parte que nos concierne a nosotros es la parte creativa, la parte de los colores, de las formas, del espacio, del texto, de la evocación de sonidos, momentos o sabores. Benjamín Rocha, subdirector de la carrera de comunicación del Claustro de Sor Juana comenta: «Diseño editorial es el manejo de una publicación, desde su

Rovalo, Pablo y Martino, Erick. (1998). *Matiz gráfico del diseño internacional*. (4. p.18). México.

concepción hasta su distribución, desde el momento en que el autor tiene una idea para publicar un libro, hasta que el lector se acerca a comprar el producto.»³⁴

El diseño gráfico, actualmente está inscrito en el flujo económico de cualquier país productor de diseño, en donde el personaje principal es la edición como producto económico y donde los esfuerzos de aquellos involucrados en este proceso aportan nuevas ideas. Gracias al mercado capitalista, todo lo que se produce se convierte en un producto, que compite junto a otros, gracias a esta competencia, se usa como recurso el diseño gráfico editorial para hacer competitivos esos productos, en este caso las ediciones, las publicaciones.

Para llegar al diseño editorial, donde se involucran, textos, contenidos, letras, títulos, fotografías e ilustraciones hay un discurso previo, una narrativa que nace como lenguaje oral. «Las herramientas de los diseñadores son las palabras, el lenguaje oral; y también formas e imágenes o el lenguaje visual, funcionan muy parecido en una forma paralela con las palabras.»³⁵ De este conocimiento se desprende la palabra hablada y posteriormente escrita que nos marcará el referente para el diseño editorial. En este proceso editorial convergen otras disciplinas como la del ilustrador, el fotógrafo y el editor, quienes junto con el diseñador gráfico lograrán un nuevo producto, entiéndase este producto como una nueva edición que pretenderá llegar a su público y ser leído, entendido.

³⁴ García, Erika. (1997), "Cómo atrapar a un lector". *Matic gráfico del diseño internacional*, no. 8, p. 12-15. México.

³⁵ McCoy, Katherine. (1996). "Discurso gráfico" *Al Diseño gráfico, edición especial*, no. 24, p. 67-71 y 90-91. México.



Folleto informativo sobre la compañía *The Electric Circus*



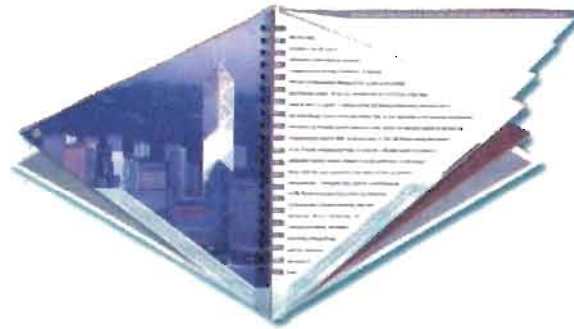
Pareciera que lo más importante es tener claros solamente los contenidos de las publicaciones, sin embargo, pensando en que en este proceso se necesitan muchos elementos, como diseñadores gráficos nuestra tarea es traducir el texto en imágenes y en estructuras compuestas con todas las categorías y técnicas antes mencionadas. Es decir, del lenguaje hablado, al lenguaje escrito, al lenguaje visual, todos ellos con sus niveles de codificación y lectura..

«El encargado del diseño debe darse tiempo de leer una obra por completo para proyectarla de manera efectiva.»³⁶ El introducirse en el texto antes de incluso bocetar es parte del proceso, el conocer el texto, el ser parte del referente de lo diseñado nos da más herramientas de trabajo, nos da ideas y la sensación de que dominamos el tema, de que lo diseñado no está en el aire, sino de que el texto lo apoya y viceversa. El resultado del proceso de diseño editorial es ese equilibrio entre texto, imagen y composición. El realizar una propuesta atractiva para que pueda ser vista, leída.

³⁶ García, Erika. (1997). "Cómo atrapar a un lector". *Matiz gráfico del diseño internacional* no. 8, p. 12-15, México.

Según Dan Reisinger, diseñador gráfico reconocido, el reto de las nuevas generaciones será no sólo crear imágenes sino elegir las más convenientes. Pero qué acaso, elegir imágenes no nos hace ¿creadores de nuevas formas?. En sí, eso podría sintetizar el proceso de diseño editorial, elegir las imágenes más convenientes para lograr un producto que cumpla con su o sus objetivos, éstos pueden ser disfrutar, analizar, comprar, etc.

El proceso de diseño editorial es en sí, un proceso de diseño gráfico, puede realizarse en tres etapas: Pre producción, producción y post producción. En la etapa de pre producción el diseñador gráfico se reúne idealmente con el editor, el ilustrador, el escritor y el fotógrafo, de así requerirse.



Reporte anual sobre una conferencia de arquitectos con exponentes judíos.

En esta etapa se reúnen todos los elementos necesarios para realizar la producción de la edición, tanto conceptuales como técnicos. Como este proceso es interdisciplinario, deben tomarse en cuenta otros procesos que aportan algo al proceso de diseño editorial, el más importante sería el proceso de impresión; como diseñadores gráficos debemos considerar los espacios-formato (las dimensiones del trabajo), el sistema de impresión (cromosíntesis sustractiva) y los acabados del trabajo (encuadernación, refine). En esta etapa también se ordenan las ilustraciones o las fotografías de acuerdo a bocetos. Generalmente, al ser aprobadas por el editor todas las decisiones del diseñador gráfico, se continúa con la etapa de producción editorial. En esta etapa se hace el trabajo, es decir, empieza el trabajo de edición. El colocar la tipografía en sus cajas, los elementos icónicos en sus espacios, el retocar fotografías, el jerarquizar los textos y el imprimir el trabajo en serie. Posteriormente, la etapa de post producción involucra todos los acabados de la edición, la encuadernación y el refine final.

En el diseño editorial debe haber una relación directa entre diseñador, escritor y editor para lograr un buen resultado, para un buen producto. Pongamos como ejemplo la revista-libro Artes de México, donde está cuidado hasta el último detalle, desde la formación (colocación de texto e imágenes en la computadora), la fotografía, los contenidos, hasta la impresión y acabados. La mejor manera de atrapar un lector nos dice Erika García es mediante la creación de sensaciones, el inspirar al lector, hacerlo sentir que es parte de eso que está viendo. «Un diseño se debe sentir, tiene que haber un enamoramiento



entre obra y diseñador, que las emociones de esta despierten en él pasiones, y hasta un poco de lujuria que lo mueva a crear nuevos caminos.»³⁷ Los contenidos de la edición deben generar en el diseñador sensaciones, movimiento, cualidades que no fácilmente encontraría en otro edición, así el usuario podrá percibir lo que el diseñador quiso decir con los colores, las formas, las líneas y la elección de la tipografía adecuada. Cada detalle articula el mensaje visual.

El buen diseño de una edición no se queda solamente en los contenidos textuales y gráficos que lo conforman, sino en todos los procesos que lo influyen como la impresión, el refine, el encuaderna y el empaque. El estar en contacto con los encargados de tales tareas facilita al diseñador la toma de decisiones correspondiente. «Un buen libro debe ser suave, apacible, ligero y de buen olor, no debe tener tipografía de pulguita, tampoco deshojarse al abrirlo ni sorprendernos con la página más interesante pegada. Un libro nos atrae desde su stand en la librería con su diseño, como chica guapa en fiesta, al platicarnos su cuarta de forros se nota si vale la pena o no.»³⁸

El diseñador sabe que su producto será visto en anaqueles frente a otros tantos, es decir, que visualmente competirá con otras tantas propuestas y tendrá que agradar a aquellos que no sólo se dejen atraer por el escritor de moda. En este sentido es mayor la aceptación de aquellas propuestas visuales ligeras, dinámicas, llenas de contraste y con alto contenido, de excelente legibilidad, manejo ergonómico y papel flexible y agradable hasta por el olor. Será entonces cuando el diseñador al hacer uso de estas herramientas técnicas e intelectuales, dará solución al problema gráfico. El diseño de una edición va de la mano considerando al receptor, esto es, que no usaremos la misma composición ni las mismas imágenes para un adulto, que para un adolescente o para un niño. Se debe considerar siempre el nivel de lenguaje visual que posee nuestro lector, su experiencia perceptual y su contexto socio-cultural. Los soportes donde se aplica el diseño gráfico editorial son opciones de publicaciones que tiene diferentes receptores mencionando algunos tenemos el periódico, la revista y el libro. El soporte que nos interesa en este proyecto es el libro, específicamente el libro infantil.



Folleto para niños y jóvenes

García, Erika. (1997). "Cómo atrapar a un lector". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 8, p. 12-15. México.

García, Erika. (1997). "Cómo atrapar a un lector". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 8, p. 12-15. México.

Swann, Alan. (1990). *Como diseñar retículas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p. 86

tomar en cuenta siempre a nuestros receptores, a los usuarios de las imágenes, de las ediciones. El diseñar una novela, un libro de arte o un libro técnico o científico tiene diferentes connotaciones y diferentes receptores, de ese manera el proyecto de diseño se aborda desde diversos criterios.

La solución gráfica se basa en lo que leemos, en su contenido, en el qué va a decir, en su tema. Según el tema la jerarquía visual varía, como ejemplo tenemos que una novela o ensayo tal vez no requiera de imágenes, pues se necesita una lectura tan fluida, en donde lo más importante sea sólo el texto. En el caso de los libros de arte, la jerarquía visual le corresponde a las imágenes y a su flujo rítmico dentro del libro, a los ornamentos, a las fotografías y a las ilustraciones.

Los libros teóricos por ejemplo necesitarán jerarquía sobre el texto y de páginas ligeras, de tipografía sencilla en beneficio de su contenido textual. Los libros técnicos otorgarán la jerarquía visual a las fotografías o gráficos y esquemas explicativos donde se aprende con mayor facilidad esa técnica, etc. Los libros ilustrados (tema de este documento) deberán siempre encontrar un equilibrio entre texto (criterios tipográficos) e imágenes (criterios icónicos).

2.2.3 Libro infantil

El libro infantil como soporte del diseño editorial nos brinda la oportunidad de explorar aún más la disciplina. El niño como receptor suele ser exigente y directo con sus gustos y el propósito



Folleto para niños sobre reuniones bíblicas.

de los libros infantiles es acercarse precisamente a ese receptor mediante el diseño gráfico.

Hicimos un análisis en algunas librerías donde se venden libros infantiles y encontramos diferentes diseños y modelos que podemos agrupar en tres grandes grupos: los libros pop-up, los libros de texturas y los libros ilustrados. Los libros pop-up, a diferencia de los libros normales, tienen un elemento de

atención, pueden considerarse como libros tridimensionales; son aquellos donde encontramos ilustraciones que saltan de las páginas con un mecanismo de ingeniería en papel, cada vez que se da vuelta a la página. Debido a la complejidad de su diseño, estos libros resultan ser interesantes y en gran medida divertidos para los niños. Los libros de texturas están dirigidos a los niños más pequeños, de 6 meses a los 3 años de edad, que están empezando a conocer el mundo mediante





las formas, los olores y las texturas táctiles. Son muy funcionales para maestros de preescolar o madres interesadas en que sus hijos se acerquen a los libros. Estos libros, a diferencia de los demás, están hechos de tela, de plásticos o de algún otro material creativo que proporcione al niño nuevas experiencias sensoriales.

En los libros ilustrados, tema de este documento, también se puede jugar con las características y los formatos. Son aquellos libros de cuentos, historias, libros científicos o de leyendas con texto impreso e ilustraciones en blanco y negro o a todo color. Los libros infantiles impresos están inundando el mercado de nuevas propuestas de ilustración, se han convertido ahora en una muestra de artistas e ilustradores que desean introducirse en el mercado infantil.

Los libros infantiles han adquirido importancia ante la despiadada competencia frente a los medios audiovisuales. Es afán de los cuentistas y diversos escritores que no se pierda el gusto por la lectura. «Los libros son todavía el mecanismo básico de transmisión cultural, y la lectura, entendida como mero pasatiempo incluso, uno de los instrumentos más válidos y agradables de aprendizaje»⁴⁰

Para lograr acceder con éxito al mercado del diseño editorial y en especial el de los niños es necesario tomar en cuenta tres elementos importantes de una edición: el concepto, el impacto visual y la legibilidad.

⁴⁰ (1997). *Pedagogía y psicología infantil. Biblioteca práctica para padres y educadores*. España. Editorial Cultural S.A.

2.2.4 Concepto, impacto visual y legibilidad

Concepto

Conceptuar significa formar el concepto de una cosa o de una persona, un concepto es un objeto que concibe el espíritu y el intelecto, es decir, una imagen creada subjetivamente por aquello que percibimos. El concepto nace en el intelecto, nace de la comparación y reflexión de las cosas. El formular conceptos o ideas sugiere generalmente un discurso, lo que se va a decir, lo que se va a exponer. Las formas de ese discurso son diferentes de acuerdo al lenguaje utilizado.

Dentro del concepto encontramos implícito el mensaje, el concepto se refiere a todo aquello que queremos y tenemos que decir con nuestro diseño. Si conceptuar es un proceso intelectual, en donde se requiere la experiencia y tiene que ver con la representación, entonces en el proceso editorial es necesario estar en contacto con el mensaje, con el texto escrito. Debemos conjugar en un todo la esencia del texto, como si quisiéramos describirlo todo con una palabra o dos, ya sea, fresco, excitante, romántico, serio, profundo, impactante, divertido, etc, visualmente hablando. La creación del concepto o de la idea se encuentra en la etapa de pre producción en la que se decide el discurso, el que se va a decir con imágenes.

El concepto intelectual como causa, como motivo de un diseño o de una ilustración está relacionado con el discurso; es la idea que encierra intelectualmente a una representación gráfica.

Impacto visual

Un impacto es un choque, un golpe, la huella o señal de un proyectil o una influencia importante. Trasladamos la definición de golpe e influencia importante al lenguaje del diseño gráfico y tenemos que una propuesta visual que produzca un impacto debe influirnos, sacudirnos, provocarnos una especie de shock intelectual que nos haga cuestionar y entender lo que vemos.

Para lograr que una audiencia nos escuche necesitamos decirle cosas que llamen su atención, para que un grupo de personas nos vean-lean, necesitamos ofrecerles imágenes que logren ese golpe visual, es decir, que su presencia sea tan fuerte, que con sólo mirarla se retenga en la memoria, esa imagen encerrará lo que anteriormente mencionamos como concepto haciendo uso de estrategias compositivas y técnicas visuales que darán estructura a la forma. Así podremos decir que el diseño es exagerado, reticente, acentuado, equilibrado, profuso, singular o secuencial. Dentro de este aspecto haremos uso de elementos formales (diagramación y composición), tipográficos e icónicos (fotografías, ilustraciones y ornamentos) Rescatemos algo que nos vincula con el concepto: «el mensaje y el significado no están en la sustancia física sino en la composición, la forma expresa el contenido».⁴¹ El discurso visual es la que define el concepto con los elementos formales ya mencionados.

El mensaje, la composición y la forma serán la declaración visual de un concepto o de una idea. El impacto visual se encuentra en las etapas de producción y pre producción del diseño editorial.

⁴¹ Guzmán Sanabria, Gabriela. (1998). "Legibilidad en el diseño tipográfico moderno". *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 12, p. 32-37. México.





Fidelidad sobre esta compañía perfumera china

En la etapa de producción se elige técnicamente la forma que obtendrá el mensaje, su estructura, el impacto visual depende de estas decisiones; y en la etapa de post producción se puede observar el resultado y efecto de lo diseñado en el receptor o usuario de la imagen. Con impacto visual también hacemos alusión a la competencia visual que sufren todas las imágenes como productos.

Legibilidad

Tomando en cuenta que la comunicación humana es un proceso en el que intervienen tres elementos básicos, el emisor, el mensaje y el receptor, y que podríamos considerar el mensaje como el elemento principal, tenemos entonces inmersos en ella dos tipos de legibilidad muy claros, uno sería la legibilidad sencilla y concreta del texto, es decir, que las letras de un texto impreso se vean bien, se lean, se entiendan, que técnicamente no tengan errores; y la otra legibilidad está inscrita en el nivel del mensaje, que el mensaje se entienda, sea claro, conciso y directo.

Aquello que es legible es aquello que puede decodificarse. Un mensaje no es comprensible si no se puede leer (recordemos que no sólo se lee el texto, las imágenes tiene su propio nivel de lectura). Si queremos alcanzar el impacto visual en nuestro mensaje, no debemos dejar de lado que éste debe ser claro, aunque todos los elementos que rodean a un texto puedan parecer sin importancia, la verdad es que son partes de un todo. El fin último del diseño es la ambigüedad en el mensaje, el





interrumpir o imposibilitar el proceso de decodificación (lectura) del individuo hacia el mensaje. Para que lo diseñado sea legible tanto el emisor, como el diseñador gráfico, como el receptor deben idealmente compartir el mismo lenguaje; esto facilitará el proceso de legibilidad y de comunicación.

Gabriela Guzmán Sanabria, diseñadora gráfica especializada en diseño editorial piensa que «no podemos seguir confundiendo el término comunicación con el de legibilidad»⁴² La legibilidad es una característica de la buena comunicación, el lograr que el receptor decodifique el mensaje como se pretende es característica de la buena comunicación. La innovación en el diseño gráfico editorial consiste en comunicar adecuadamente la idea con recursos modernos que ayuden a lograr la legibilidad en el diseño, y como consecuencia, la buena comunicación. Podemos añadir que existen otros elementos alentadores en el concepto de legibilidad, que tienen que ver con la sociedad y su manejo actual.

La alfabetidad visual, es decir, el poder decodificar imágenes evoluciona de la mano con la legibilidad, mientras se logre la legibilidad se logrará la alfabetidad visual «Si tomamos en cuenta que para aprender la mayor parte de las cosas, primero tenemos que visualizarlas, se hace evidente que la alfabetidad visual (visual literacy) es un proceso con mucho futuro y que es parte fundamental del trabajo del diseñador gráfico.»⁴³

Actualmente el ser humano ya ha adquirido la destreza de la decodificación de mensajes visuales, incluida la letra por su-

⁴² Guzmán S., Gabriela, (1998), "Ilegibilidad en el diseño tipográfico moderno", *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 12, p. 32-37, México.

⁴³ Ídem

puesto, por lo tanto debe existir el proceso inverso en que el hombre vuelva a codificar esos mismos signos para generar sus propios mensajes, en esto está involucrada la legibilidad, sin ella el proceso se ve entorpecido por una serie de características de los signos que impiden la retroalimentación del proceso de decodificación. La recodificación de los signos es tarea de los diseñadores gráficos con la intención de comunicar.

En cuanto a estructura formal de los signos: fonéticos y visuales existen diferentes características que facilitan la legibilidad, por ejemplo tenemos que la tipografía con serif o patines es más cansada para leer que aquella sin serif, genera un ritmo visual más lento que en otros casos. Las técnicas visuales como la opacidad o la profusión nos dificultan la legibilidad. Los colores oscuros aplicados con otros de igual valor pero menos intensidad dificultan la legibilidad. Para Gabriel Martínez Meave, diseñador gráfico editorial, tipógrafo y colaborador de revistas importantes, la legibilidad es la cualidad de una letra (nosotros pensamos que de cualquier signo visual) de ser leída, esto tiene que ver con lo que la gente está acostumbrada a ver, a sus convenciones socio-culturales, con el mantenimiento de las formas como constantes para su reconocimiento. Lo que importa para él es el hecho de que la gente realmente lea lo que está leyendo o viendo. ¿Y qué es lo que la gente sí lee? Aquello que le comunicap.⁴⁴ Entendiendo el proceso de lectura como un sistema de decodificación, es lógico que se pueda pensar que la gente lee, lo que le comunica; pues lo entiende mejor, sin embargo creemos que se puede enriquecer la cita comentando que la gente le lo que le comunica y también lo que no le

⁴⁴ Martínez Meave, Gabriel. (1998). "Comunicación y juego. Pretexto y contextos de las letras para texto." *Matiz gráfico del diseño internacional*, no. 9, p. 28-33, México.

comunica, igualmente lo decodifica pero no obtendrá el mismo significado. La gente lee lo que le atrae visualmente, lo que le gusta, lo que le llama la atención.

Podemos concluir que para el diseño gráfico de un libro, es importante el concepto, es decir, el discurso visual, lo que se pretende comunicar con lo diseñado, la idea que se tiene del tema y la manera en que se representará gráficamente. Para que esta edición, ya como un producto del mercado destaque entre la competencia es necesario que tenga un impacto en el receptor y sobre todo que sea legible.

2.2.5 El diseño de un libro.

Organización del espacio-formato

El diseño de un libro se aborda también en tres etapas, pre producción, producción y post producción. En la etapa de pre producción se contempla el proceso de bocetaje, de ir puliendo el concepto, la idea y su representación gráfica en el papel, definiendo sus espacios y los elementos gráficos a utilizar, usando las categorías y técnicas compositivas antes mencionadas. Paralelamente al bocetaje se elegirá el papel donde se imprimirá el libro. «Antes de abordar las formas de las retículas (que explicaremos más adelante), hay que hacer algunas consideraciones sobre el papel en el que se va a imprimir el diseño»⁴⁵

El espacio-formato de un libro tiene que ver con su tamaño, sus dimensiones, además implica composición, orden, geometría y determinar cuál es el lugar específico de los elementos visuales

⁴⁵ Swann, Alan, (1990). *Cómo diseñar retículas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p. 16

LSB se'201

al momento de trasladarlos al papel, en donde van a estar ordenados. «La elección del formato debe atender a dos fines: el utilitario y el económico».⁴⁶

Esta elección se toma de acuerdo a los estándares de medida de los papeles. Existe una escala llamada DIN, utilizada por los impresores en donde se observan los estándares de esas medidas. Los pliegos de papel en el proceso de impresión, se doblan y finalmente se refinan, obteniendo así el libro compaginado. En cada doblez se imprimirá una página. Al momento de doblar el pliego, el doblez destinado a cada página evidentemente se reduce. Es por eso que debe elegirse el tamaño del libro (de sus páginas), considerando el tamaño total del pliego de papel donde se imprimirá.

Ya considerado el tamaño del formato general del libro, debe organizarse el espacio interior, es decir, el espacio físico (gráfico) que nos proporciona cada página. Para ese efecto hacemos uso de la composición y del orden. «La figura geométrica más común en los impresos es el rectángulo, pudiéndose obtener sus proporciones partiendo de un cuadrado, círculo, pentágono o simplemente por medio del cálculo. Una vez elegido el formato se debe cuidar la proporción entre el rectángulo de la página de papel y el de la página de texto para conseguir belleza y utilidad. Mediante la relación correcta de estas proporciones se produce la armonía.»⁴⁷ Para disponer los elementos gráficos en el espacio recurrimos a una composición formal, la construcción de la retícula que sostendrá a estos elementos visualmente en el espacio. A esta parte del proceso se le llama diagramación.

De Buen, Jorge. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Editorial artesiana, p. 351
 Ibidem, p. 352

2.2.5.1 Diagramación. Construcción de la retícula.

Esta construcción de retícula consiste en subdividir un espacio bi o tridimensional en varios campos, como si fuera una reja. La altura de estos espacios o campos está determinada por la cantidad de renglones a disponer y su anchura genera las llamadas columnas. «Para permitir al impresor colocar los tipos en el área de impresión se crearon estructuras y mecanismos de medida. Estos mecanismos podían transferirse a una página en forma de líneas guía, creando así un sencillo pero preciso método de cálculo del área de cada tipo, y más tarde, también de los elementos ilustrativos. En pocas palabras: las retículas han evolucionado conforme a las necesidades»⁴⁸



Ejemplo de diagramación en doble página. Subdivisión de un área determinada en subelementos

Swann, Alan. (1990). *Como diseñar retículas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, p. 4

La diagramación no es sólo encontrar la anchura de columna más adecuada para que el texto no luzca mal, es mucho más que eso, la diagramación consiste en encontrar la mejor manera de ubicar los elementos para que éstos sean legibles y llamen la atención. Así llegamos al diseño de la retícula que es un sistema geométrico de líneas verticales y horizontales que generan espacios ordenados.

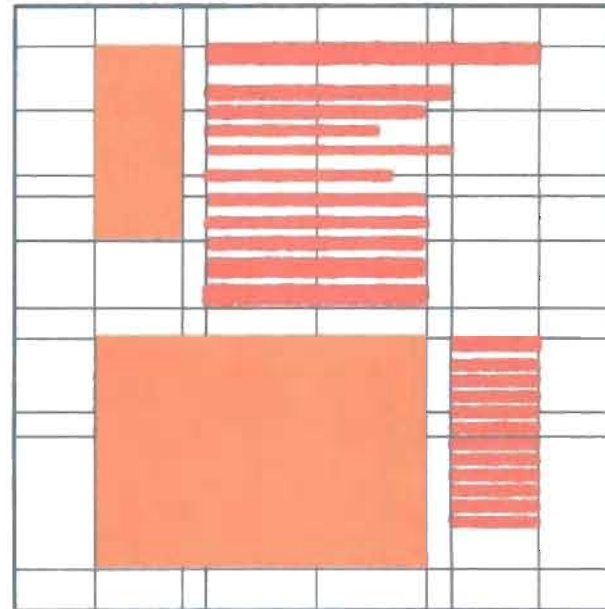
Cada elemento se ubicará en algún punto, no arbitrario, de esa estructura subyacente. Las recomendaciones de autores como Joseph Müller-Brockman, diseñador gráfico alemán y Emil Ruder, tipógrafo reconocido, son de gran utilidad para nosotros en la composición de retículas que nos ofrezcan la libertad de colocar elementos con mucho movimiento.»La construcción esmerada de los textos tiene su expresión más rigurosa en el sistema de retículas. Es un método que nació a raíz de la búsqueda de los factores esenciales de la comunicación gráfica, alentada por obras como *The New Typography* de Jan Tschichold.»⁴⁹ El sistema de retículas del que habla Jorge de Buen, nos permite diseñar espacios viables para el completo diseño de un libro, nos habla de las medidas más armónicas de los márgenes, las columnas recomendadas según la extensión de los textos y cómo podemos hacer dinámico nuestro diseño haciendo nuestra retícula dinámica desde un principio. «Sin embargo, en estos últimos años del siglo XX, el diseño muestra una tendencia de retorno a la decoración y el ornamento, ante la protesta rabiosa de muchos diseñadores nuevos por todo lo que parece rígido y excesivamente estructurado.»⁵⁰

De Buen, Jorge. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Editorial artesiana, p. 351
 Idem



Ésta es una buena observación, aunque la diagramación nos sirve para soportar/justificar visualmente los elementos a diseñar, las tendencias actuales nos indican que podemos romper reglas, el diseño actual está lleno de movimiento, es difícil concebir algo ya sin movimiento, es por eso, que algunos diseñadores se dedican a la innovación de las retículas, para que el soporte geométrico juegue, sea libre y tenga más movimiento. Es difícil encontrar libros en donde el diseñador sea más audaz y experimental y la diagramación no sea tan reglamentada como siempre se encuentra en estos ejemplares, sin embargo en las revistas podemos encontrar casos muy especiales como la revista Matiz, que nos ofrece en cada una de sus páginas un nuevo diseño de retícula o páginas carentes de ella. La tipografía se nos muestra como si estuviera flotando en el aire o creando figuras espectaculares en el espacio que tenemos como soporte.

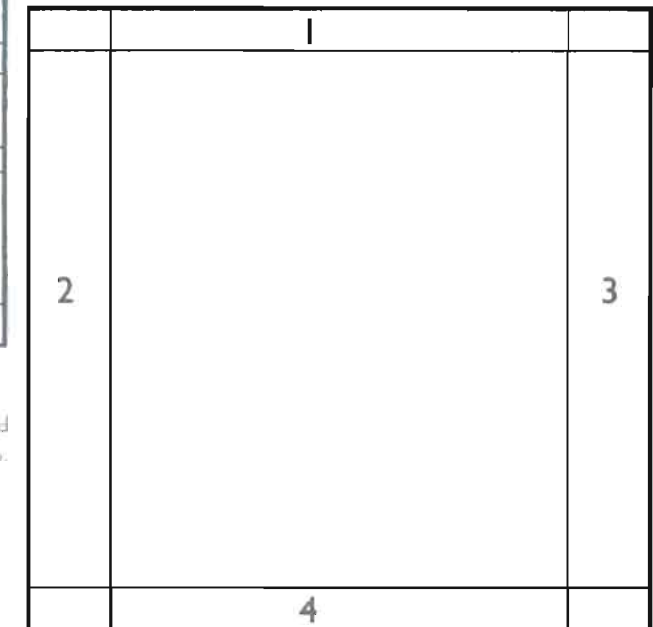
La subordinación de los elementos visuales al sistema reticular nos dará la sensación de equilibrio, orden, armonía y sobre todo, legibilidad. Para diseñar una retícula dinámica recurrimos a trazos básicos con líneas verticales, horizontales y diagonales que al cruzarse generan nodos, de donde podrán obtenerse otras líneas. A través de este sistema se disponen posiciones, direcciones, largos y anchos de los elementos visuales. Para la propuesta de esta tesis se empleó una diagramación muy sencilla que será explicada posteriormente en el capítulo correspondiente.



Ejemplo de uso de los submódulos de una red con simulación de ubicación de imágenes y texto.

Márgenes

Al momento de diseñar nuestra retícula, se consideran los espacios en blanco alrededor de la misma o márgenes. Esto quiere decir que la caja tipográfica o los elementos ahí dispuestos están generalmente rodeados de espacios en blanco, que bien proporcionados dan aire a nuestro diseño permitiéndonos leer más fácilmente.



En una página derecha tenemos: 1. margen superior o de cabeza; 2. margen interior o de lomo; 3. margen exterior o de corte; 4. margen inferior



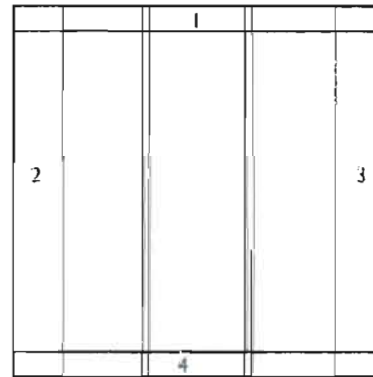
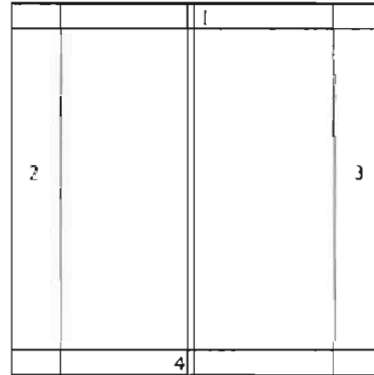
Se recomienda cargar los elementos hacia la cabeza del libro y hacia el lomo, esto es, hacia el extremo superior derecho de izquierdo de cada página, respectivamente. Ya que por motivos de corte y refino final, aquellos elementos muy cerca de la orilla de las páginas correrán el riesgo de ser cortados, o si existe una ligera variación en la cuchilla, estos elementos darán la sensación de estar mal colocados en la página.

Estos espacios en blanco o márgenes que rodean por los cuatro lados a la caja tipográfica o área de signos, están relacionados con el tamaño de tipografía a utilizar o la disposición de los elementos gráficos: tipografía, ilustraciones, fotografías y ornamentos.

Columnas

Las columnas son los espacios generados geométrica y matemáticamente, donde se ubican los elementos tipográficos e icónicos en las ediciones. «Según la construcción de nuestra retícula y de los campos generados por subdivisión, tenemos que la anchura de esos campos da como resultado las columnas. Estas columnas visualmente detendrán los elementos visuales, se pensaron en un principio sólo para el texto, pero ahora podemos usarlas para la ubicación de las imágenes en el libro (fotos, ilustraciones, ornamentos, etc.)»¹

Para obtener una buena anchura de columnas debemos considerar el interlineado y el espacio entre columnas. El interlineado es el espacio entre línea y línea de texto, mientras sea más abierto mejorará la lectura; mientras sea más cerrado distraerá



Diagramas de distribución en un dos y tres columnas con sus márgenes

la atención y el lector tendrá dificultad en leer una línea o la anterior que está arriba o la siguiente, que está debajo. El medianil (espacio entre columnas) también nos permite ordenar la tipografía con fluidez. A mayor medida de medianil obtendremos menor anchura de columna y viceversa. La medida de columna se determina por el tamaño de la tipografía y el espacio entre las letras. Una mayor anchura de columna nos permite el uso de una tipografía más amplia en cuerpo y mayor número de caracteres por línea, sin embargo es cansada para la vista, de igual forma que una columna muy estrecha. Al leer, el ojo necesita cambiar rápidamente de línea. Cuando se usa una tipografía de puntaje muy alto (muy grande), debe tenerse cuidado de que los márgenes no se vean pequeños. Según Joseph Müller Brockmann hay que evitar todo aquello que nos de la sensación de pesadez y difícil lectura. Tiene que existir un equilibrio entre letra, columnas y espacios en blanco.

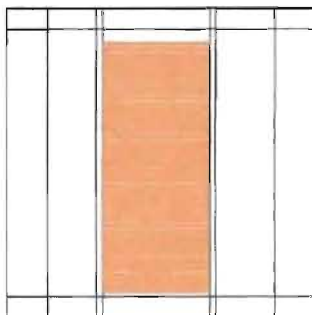
«Las columnas pueden ser clasificadas en:

- a. Columna de bloque. Cuando las líneas están justificadas tanto a la izquierda como a la derecha.
- b. Justificada a la izquierda, es útil como contraste, permite un poco de aire.
- c. Justificada a la derecha, el diseño exige mayor atención por parte del lector ya que estamos acostumbrados a leer de izquierda a derecha.
- d. Columna de texto centrado. Justificado a un eje central.
- e. Columna de texto asimétrico. Las líneas no guardan relación

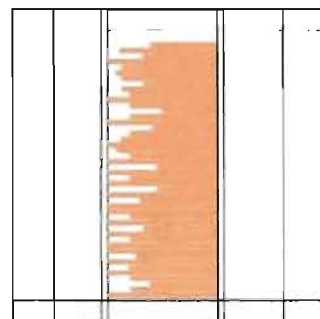
¹Müller Brockmann, Joseph. *Sistemas de retículas*. España: Editorial Gustavo Gili



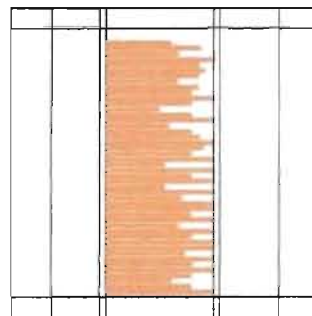
entre sí. Carece de reglas pero los cambios deben ser breves ya que podemos distraernos o perder la línea de lectura. f. Texto representando formas. Requiere considerable preparación. El largo de cada línea debe estar especificado separadamente».⁵²



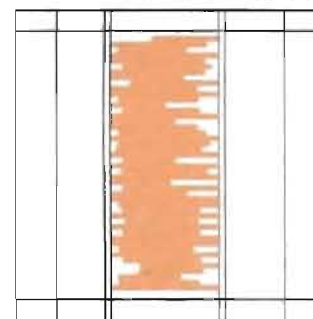
Columna de bloque



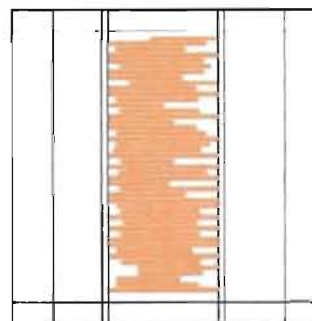
Justificada a la izquierda



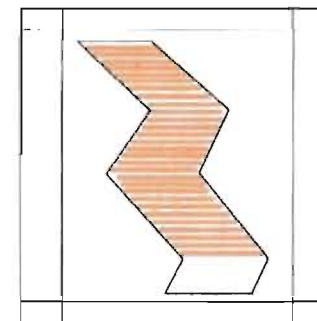
Justificada a la derecha



Columna de texto centrado



Columna de texto asimétrico



Texto representando formas

El mencionar los tipos de columnas nos ofrece también un marco teórico de donde se elegirán aquellos conceptos que convengan a nuestra propuesta y al diseño de nuestra tesis.

2.2.5.2 Organización del texto y las imágenes

Al referirnos a la organización del texto y de las imágenes nos referimos a las piezas que conforman una edición, en este caso de un libro. La organización de estas piezas es la composición, la toma de decisiones que justificarán teóricamente y formalmente el diseño. «Las piezas individuales de una obra escrita, sus signos, letras, palabras y oraciones, adquieren un valor específico solo al formarse el entramado. Aisladas, pueden significar cualquier cosa, pues los receptores las interpretan según sus propias experiencias, cultura y conocimientos. El cuerpo de la obra debe tener una organización, y esta tiene que ser evidente para el lector desde la primera vez que entra en contacto con el libro.»⁵³

De Buen, Jorge. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Editorial Santillana, p. 355

De Buen, Jorge. (2000). *Manual de diseño editorial*. México: Editorial Santillana, p. 38

Las piezas que articulan la obra, en este caso, el libro deberán comportarse como un engranaje en donde la posición y movimiento de cada pieza influye sobre la otra. En cuanto al texto lo que más nos importa como diseñadores es la función de la letra. La letra como signo fonético es resultado del desarrollo del lenguaje. Después de los diferentes caminos que tomó la representación gráfica desde el hombre prehistórico, la letra optimizó por mucho la comunicación.

Esta comunicación se complementó y de este modo no sólo era oral e ideográfica, sino escrita. La letra surgió como resultado de la necesidad de «fijación material de fragmentos de sus percepciones y experiencias sobre un soporte físico duradero.»⁵⁴ La evolución de las manos del hombre generó una modificación en su circunstancia operativa, gracias a esta evolución pudo trazar letras y posteriormente palabras que definirían sucesos y objetos, que no estaban presentes en ese tiempo y espacio, el hombre en el proceso de abstracción. Después de la evolución del trazo y la creación del alfabeto, se instituyó de manera permanente la importancia de la letra escrita gracias al invento de la imprenta. Con el dominio de la letra evolucionó el estilo y por consiguiente toda variante formal de las letras. Así se les clasificó por su forma en las llamadas familias tipográficas.

Los elementos de la letra son:

TIPO Son las letras o caracteres. Se le llamaba tipo a la pieza metálica con una letra invertida y en relieve, obtenida de la imprenta.

⁵⁴ De Buen, Jorge. (2000). *Manuales de diseño editorial*. México: Editorial Santillana, p. 35



Ascendentes Partes de la letra que se encuentra sobre la altura del cuerpo, como por ejemplo el gancho de la f, la altura de la t, etc.

Descendentes Partes del tipo por debajo de la altura del cuerpo, como por ejemplo el gancho de la g, o los trazos descendentes de p y q.

Cuerpo Va de la punta de las ascendentes, o sea el cuerpo sólido de una letra.

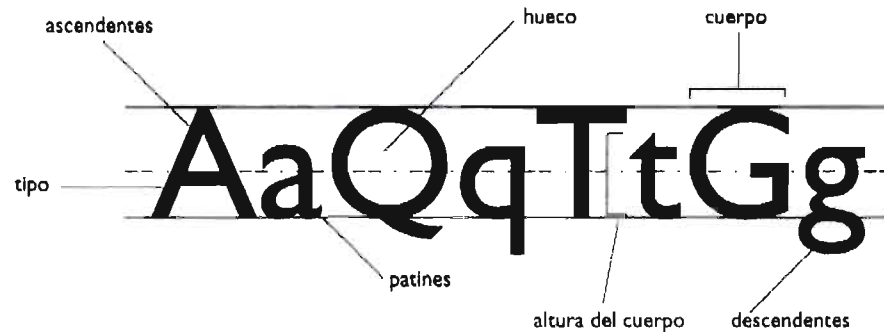
Huecos Todo lo que no se imprime de las letras (contenedores de aire)

Patines Todos los conocen como serif y son las terminales de las letras (horizontales). Sans serif quiere decir sin patines.

Altura Es la altura del cuerpo sin tomar en cuenta las ascendentes o descendentes.

La organización del texto se facilita, obviamente con la diagramación, el diseño de la retícula. Según nuestra red subyacente proporcionaremos al texto libertad, espacio, dará la sensación óptica de orden, armonía, invitará a la lectura y será fluido.

En los libros antiguos la jerarquía visual de un libro pertenecía exclusivamente al texto, las imágenes, además de su contenido o significado, tenían una función más bien ornamental en el diseño. El diseño editorial actual equilibra las jerarquías visuales, dándole la misma importancia al texto escrito que a las imágenes (fotografías, ilustraciones, adornos, etc.) Ahora el discurso visual de un libro muestra la interacción entre texto e imágenes generando conceptos innovadores; el uso de la tipografía por supuesto no depende ya de la condición técnica de la caja de la imprenta. Con el avance tecnológico y la invención de la computadora se optimizaron los medios; la evolución de la imprenta, la creación de negativos, las placas y la impresión digital nos ampliaron el horizonte de posibilidades técnicas.



Posibilidades que nos permiten ampliar a su vez, el concepto de un diseño. La disposición de imágenes en el diseño se deriva también de nuestra retícula; en los primeros intentos de diagramación el uso de imágenes se limitaba a su ubicación en los campos cuadrados o rectangulares que se generaban por la subdivisión del espacio. Como se ha otorgado más libertad al uso de la imagen sin texto, tal vez no sea necesario crear columnas para disponer imágenes, sin embargo, es importante tener puntos de referencia originados matemáticamente, basándonos en la retícula.

Debemos considerar que las imágenes o elementos icónicos tienen sus propios valores compositivos, los cuales deberán armonizar con el contexto. Esto no quiere decir, que teniendo la ubicación del texto en el espacio entonces nos ocuparemos de *insertar* las imágenes. La composición deberá considerar desde un principio el uso de imágenes si son necesarias y cómo se necesitan.

La solicitud de imágenes para una edición depende del contenido de la misma, del mensaje que emitirá. No funcionan de la misma manera las fotografías en un libro para niños que en un periódico, o las ilustraciones en una revista literaria que en un libro de cocina. En general el procedimiento es muy sencillo, la decisión de colocar tal o cual imagen es tomada por el diseñador en conjunción con el editor, al momento de tomar esta decisión ya se tiene un boceto previo del diseño de la edición; ahora falta elegir el estilo. Para tal efecto, se solicitan carpetas con trabajos de fotógrafos e ilustradores. Se elige el estilo que

más convenga por su calidad técnica y sus cualidades expresivas; además de la paleta de color utilizado en los trabajos.

Posterior a la elección del creativo que realizará el trabajo pueden presentarse dos opciones, entregarle al fotógrafo o ilustrador un boceto de lo que se necesita de la imagen o permitir al creativo tomar sus propias decisiones de acuerdo al contexto de lo diseñado, sólo darle el tema a fotografiar o a ilustrar, él tomará sus propias decisiones compositivas (foto o ilustración de autor).

2.2.5.3 Acabados

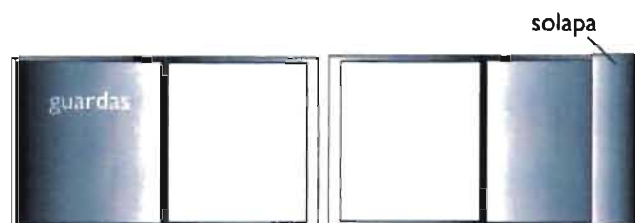
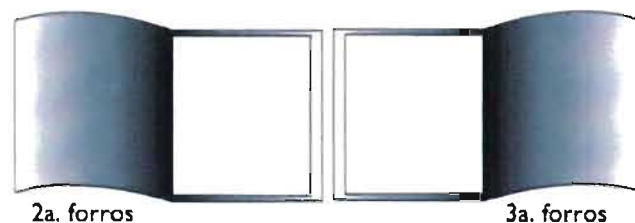
Para terminar el diseño de una edición debemos contemplar, los acabados, estos son todos los procesos técnicos y creativos que cierran el proceso de edición. Como proceso creativo final tenemos el diseño de la portada de libro, revista, catálogo o la primera plana de un periódico.

En el caso de los libros, los elementos exteriores del mismo, en la antigüedad, dependían de la capacidad económica del cliente, así teníamos que un cliente rico, podía pagar diseños elaborados y preciosistas que le dieran presencia visual a su libro. En esta época, los exteriores de un libro no dependen esencialmente de la capacidad económica del cliente, sino del diseño por sí mismo. El costo de la impresión a color para una portada será la misma si el diseño es bueno o no. El diseño de la portada de un libro es muy importante, digamos que es la cara de la edición, es lo primero que se ve, lo que compite

visualmente con los otros y lo que nos invitará a su lectura. El diseño de portada no tiene porque ser un referente redundante del contenido del libro, excepto en algunos casos donde existe la posibilidad de usarlo como en los libros para niños.



Ya con la portada terminada se consideran en los siguientes elementos exteriores de un libro: los forros, que están hechos generalmente de cartón y forrados con papel o piel, éstos nacieron de la necesidad de proteger los manuscritos valiosos o las ilustraciones más detalladas. Los elementos gráficos de la portada pueden estar impresos en lo que llamamos 1ª. de forros, es decir, si lo pensamos como páginas sería la primer página de cuatro que tienen los forros. Si no se imprime nada en los forros, como por ejemplo el uso de la pasta dura para algunos libros infantiles, entonces se usa la sobrecubierta o camisa, que es un forro de papel que cubre a los primeros forros de cartón.



Las solapas son las pestañas que sobresalen de la sobrecubierta, éstas van en el interior del libro, una en cada forro interior; como las solapas amplían la medida extendida de la camisa, es común que el diseñador utilice el espacio para colocar referencias sobre el escritor y una especie de introducción al libro. Las guardas son hojas de papel que se pegan en la 2ª. Y 3ª de forros, es decir, en los forros interiores, para protección de los mismos; como las guardas son de papel actualmente se explotan gráficamente y se pueden usar como reforzadores visuales del contenido del libro. El

lomo es la parte que queda expuesta en un anaquel si se colocan los libros verticalmente, por tal razón lleva información como el título del libro, el autor y la casa editorial.

Los procesos técnicos que le siguen a todos estos elementos del libro son: la compaginación, el refine y la encuadernación. La compaginación contempla el número de páginas de un libro y como serán impresas en el pliego. Este proceso es generalmente trabajo del impresor o del que realice la pre-prensa (organización del documento para su impresión). Se organizan las páginas en partidas de 4, 8, 16 y 32 páginas, frente y vuelta del pliego, el objetivo de la compaginación es ordenar estas páginas en el pliego de modo que queden en el orden correcto al momento del doblado y del corte.



«El refine o corte final de la edición es casi el proceso final, ya que están todos los pliegos doblados casi al tamaño final de la edición, la guillotina se calibra para cortar tres lados de las páginas ya dobladas y conservar un lado sin cortar para facilitar la encuadernación. La encuadernación es el proceso final, consiste en unir todos esos cuadernillos de páginas y cortados en uno sólo para formar el libro. Existen tres tipos clásicos de encuadernación: Mecánica, es la manera más sencilla.

Con una pinza o espiral de plástico o metal se sujetan las páginas junto con la portada, en este tipo de encuadernación no se considera el lomo como elemento gráfico. De edición o cosido, es la manera más tradicional. Los pliegos doblados se unen, se cosen a máquina, se cortan y se pegan al lomo. Es un procedimiento muy resistente pero también muy caro, generalmente se utiliza para los libros de pastas duras. Americana, en este procedimiento se unen los pliegos, se lija el lomo y se pegan a las pastas. Es más económico, pero menos resistente».⁵⁵ Como hemos observado el diseño editorial también es un proceso que utiliza el lenguaje del diseño gráfico. Recurre a las mismas categorías formales y técnicas visuales para lograr una buena composición, además de algunas reglas para la obtención de retículas funcionales. En los primeros párrafos sobre diseño editorial observábamos que la tecnología ha evolucionado de tal manera que las herramientas disponibles para la disciplina se han diversificado. Además del libro impreso, y gracias a la invención de la computadora notamos la evolución del medio impreso a otros niveles en donde se utiliza también el sonido como elemento del diseño.

Información obtenida de: «A libros: Manual de diseño editorial. Guía completa de la industria. Sistemas de recursos. Cómo diseñar recursos de libro y sus anillos»



La combinación del texto escrito, del texto gráfico y del sonido, nos permiten hacer un análisis que nos lleva al proceso de la comunicación audiovisual. «Los grandes cambios en la actividad audiovisual frente a la eclosión del digital y la concentración de los medios, en su producción y distribución, en muy pocas manos nos enfrenta a mensajes cada vez más uniformes. Frente a la desaparición de las actividades artísticas públicas subvencionadas y al consumo aleatorio de información a través de los medios masivos con la transferencia paulatina del espectáculo televisivo al entretenimiento online se vuelve necesario un trabajo crítico sobre el tema.»⁵⁶ Podemos concluir que el desarrollo del diseño gráfico como disciplina ha permitido que éste experimente en otros soportes beneficiados por la tecnología como es el cine, el video y el disco compacto.

2.2.6 El disco compacto

El disco compacto, como lo dijimos en la introducción, es pieza muy importante en la propuesta pues tiene la narración del cuento que servirá como soporte sonoro del audiolibro. Este disco compacto de audio es lo que convierte nuestro cuento ilustrado en un soporte audiovisual.

Uno de los soportes utilizado tanto para proyectos editoriales, sonoros y audiovisuales es el disco compacto. Teniendo como origen la creación del fonógrafo de Thomas A. Edison, el disco compacto implementó nuevos estándares de calidad en la industria tanto editorial, como sonora y audiovisual. «El disco compacto CD sirve de soporte a dos productos diferentes. El

Información obtenida de los libros *Manual de diseño editorial, Guía completa de la tipografía, Sistemas de retículas, Como diseñar retículas y El libro y sus orillas.*

primero de ellos fue el disco digital de sonido en formato CD, que ha llevado nuevas normas de calidad a la música grabada. El segundo es la memoria CD Rom. Phillips y Sony tuvieron la excelente idea de aprovecharlo para grabar datos digitales de cualquier otra naturaleza, sonido grabado en un disco CD, cualquier tipo de sonido, voces, música, efectos especiales, sonidos sintéticos y cualquier combinación de todo ello. El sonido que se utilice dependerá de la aplicación y sólo estará limitado por el espacio libre del disco y por la imaginación del autor»⁵⁷



Gates, William. (1987). *El: nuevo papira*. España: Editorial Anaya Multimedia.p. 287



El sistema del disco compacto devino de una evolución de la tecnología y de los sistemas de grabación añadiéndole calidad de reproducción a los productos. El sistema del disco compacto es considerado como un paso evolutivo y revolucionario en la tecnología de audio. El cd de audio como soporte digital almacena una gran cantidad de información y es de material ligero y barato, gracias a eso, existe gran demanda de tal producto, como soporte de audio fue la principal competencia de los discos de vinilo, sacando a éstos prácticamente fuera del mercado y otorgándoles el valor de exóticos.

Además del cd de audio como producto y soporte independiente, se creó el CD Rom o memoria digital en disco compacto, capaz de guardar, archivar y grabar una gran cantidad de datos digitales. «En un mismo disco CD Rom pueden almacenarse imágenes fijas y móviles, en blanco y negro y en color, pistas sonoras estereofónicas o independientes integradas con las imágenes

o separadas de ellas; programas e información y todo ello en forma digital»⁵⁸ El CD Rom, es una variación de la ediciones impresas, explotando otros medios, es un soporte audiovisual complejo y sofisticada que podemos ver como un producto multimedia que explota tanto el diseño editorial como el sonido convirtiéndolo así en un soporte multimedia (audiovisual).

2.3 Medios audiovisuales

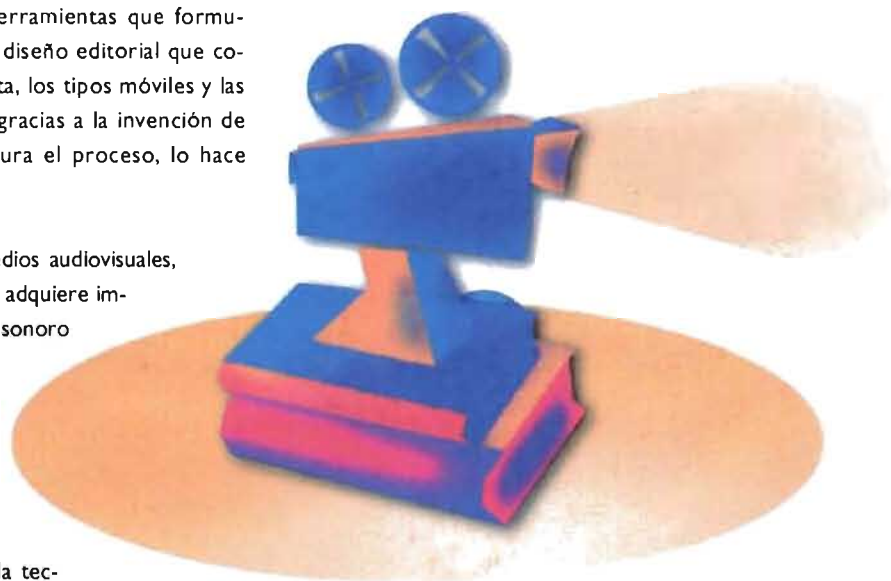
Haciendo una breve conclusión de todo lo anterior, podemos decir que el avance teórico y tecnológico del proceso comunicativo nos ha permitido innovar herramientas que formulen propuestas visuales diferentes. El diseño editorial que comienza con la invención de la imprenta, los tipos móviles y las prensas, se traslada al medio digital, gracias a la invención de la computadora; quien facilita y depura el proceso, lo hace más eficiente y más rápido.

Esa misma innovación alcanza a los medios audiovisuales, el proceso de comunicación audiovisual adquiere importancia gracias al nacimiento del cine sonoro en la primer década del siglo pasado.

El tema de esta tesis es hacer la observación de cómo se puede transferir un texto de un medio impreso a un medio audiovisual, aprovechando las herramientas modernas que nos ofrece la tecnología y haciendo una propuesta dinámica que logre

ampliar la cantidad de receptores del producto. «Lo audiovisual descansa sobre el principio de que se aprende fundamentalmente de lo que se percibe y que series de experiencias auditivas y visuales cuidadosamente diseñadas, pueden ser experiencias comunes que modifiquen favorablemente el comportamiento.»⁵⁹

Las experiencias audiovisuales bien planeadas pueden influir favorablemente en los receptores, no por nada, la mayoría de las experiencias que nos ofrecen los medios de comunicación



masiva son en su mayoría audiovisuales. Si la evolución de la tecnología permitió este tipo de planeaciones o diseño audiovisuales es de esperarse que ahora los receptores necesiten ya de estas experiencias, pues influye en su aprendizaje.

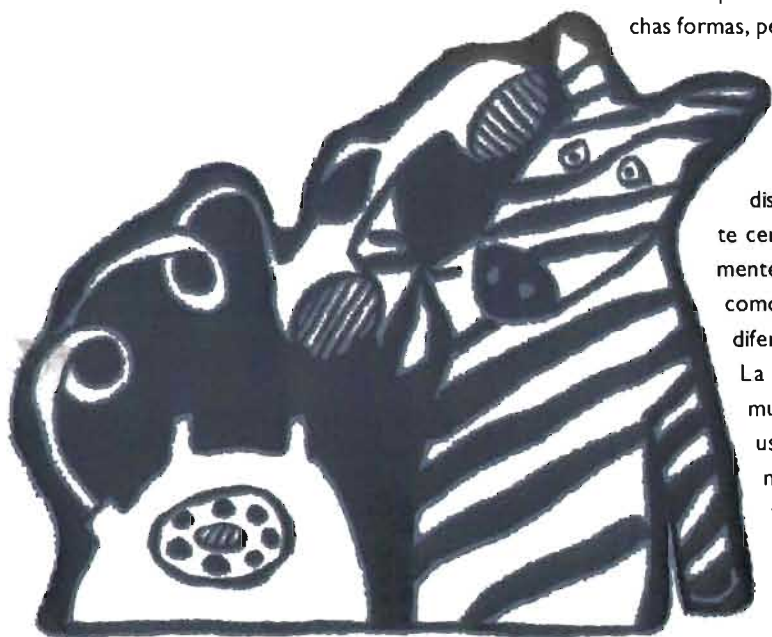
Como antecedente a lo anterior podemos decir que el hombre es en su mayoría audiovisual por naturaleza. «El acomplamiento audiovisual, es decir, el hecho de considerar al oído y a la vista como dos sentidos que mantienen entre sí una relación de complementariedad y de oposición privilegiada no comparable a las de los otros sentidos, no es ciertamente algo que haya creado la técnica. Parecerse remontarse muy lejos en el tiempo, y en la vida humana se manifiesta muy temprano.»⁶⁰

Las experiencias audiovisuales se generan como naturales en el individuo gracias al fenómeno de la percepción humana. «La percepción es el proceso mediante el cual un individuo adquiere conciencia del mundo que le rodea. Los ojos, los oídos, las terminaciones nerviosas de la piel son el primer medio de contacto con el medio ambiente. Estos y otros órganos de los sentidos son los instrumentos de la percepción que recogen la información para el sistema nervioso; el sistema nervioso la convierte en impulsos eléctricos que transmite al cerebro donde producen cadenas de reacciones eléctricas y químicas. El resultado es la conciencia interna de un objeto o de un suceso.

⁵⁸ Gates, William (1987). *77 nuevas paginas*. España, Editorial Anaya Multimedia, p. 23

⁵⁹ Kemp, Jerrald. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de Ingeniería, p.15

⁶⁰ Chion, Michel (1983). *El sonido*. España, Editorial Castells Iberica, S.A. p. 175



La percepción precede a la comunicación. El fenómeno de la percepción está constituido por muchos mensajes sensoriales que no se dan separadamente sino estructurados en patrones complejos.»⁶¹ Gracias a esta cita podemos concluir que somos seres audiovisuales por naturaleza, aunque nuestro aprendizaje y reproducción del entorno se ha dado por niveles, la verdad es que nuestra percepción nunca ha estado dividida, nuestros sentidos han evolucionado al mismo tiempo y los utilizamos todos para poder recibir información. El panorama de la comunicación humana y sobre todo de la comunicación audiovisual tiene un concepto de cultura donde lo técnico es lo esencial en muchas formas, pero se refuerza con todo el soporte teórico que tiene la evolución de los medios y la función social que estos cumplen.

En este sentido, la relación que existe entre el diseño gráfico y los medios audiovisuales es bastante cercana, el diseño gráfico se ve afectado directamente por la evolución de los medios, esto nos exige como diseñadores el tener la capacidad de manipular diferentes soportes y aplicarlos a medios distintos. La concepción del diseño gráfico como multidisciplinario se reafirma y se refuerza con el uso de la audiovisión. «A través de este planteamiento multidisciplinario, los diseñadores gráficos van a poder contribuir al proceso de diseñar un contexto que genere conexiones de los productos con los usuarios, las compañías con los clientes, los mercados con los mensajes, las marcas

con el valor, el contenido con los canales de entrega y las ideas con las expresiones.»⁶²

La Industrialización de la sociedad tuvo un impacto muy fuerte sobre todas las áreas tanto económicas, culturales y sociales de muchos países. Gracias a la industrialización, la sociedad aceleró sus procesos de producción de bienes, optimizó sus medios, los hizo más rápidos y capaces de la famosa producción en serie. Ya en ese tiempo de alta producción, se contemplaba el invento de la fotografía, medio por el cual se fijaban imágenes en espacio y tiempo reales, sobre una placa en negativo. Placa que se revelaría e imprimiría para dar a conocer la imagen final. Debido a la aceleración de la tecnología, la fotografía también evolucionó, las cámaras y los métodos de revelado mejoraron y dieron pie al invento de la cinematografía, la fotografía en movimiento, la fotografía acelerada. El lograr que las personas vieran una serie de imágenes que dan la sensación de estar en movimiento fue uno de los avances más grandes del sistema capitalista. «La innovación de la cinematografía en la última década del siglo XIX fue la expresión y el punto de fuga de los medios de procesos técnicos, culturales y sociales a los cuales se refiere generalmente como industrialización»⁶³

La cinematografía que quiere decir la escritura de imágenes en movimiento, abrió el horizonte de posibilidades para la concepción del mundo. Con este invento podían imprimirse o grabarse imágenes fijas en secuencia, que al momento de ser proyectadas daban la sensación de movimiento, así el hombre hacer un registro de sucesos en espacio y tiempo reales, pero transportarlos a

⁶¹ Kemp, Jerróld. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería. p.12

⁶² Mok, Clemente. (1996). «Era diseñador gráfico, ¿qué soy ahora?». *Al Diseño gráfico*, no. 45, p. 58-59. México.

⁶³ La Ferla, Jorge. (1999) *Medios audiovisuales*. Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires. p. 35

otro sitio y momento para que estos sucesos pudieran ser disfrutados por otras personas, que experimentaran la sensación de estar en ese lugar en ese momento aunque no fuera real.

Ahora con esas imágenes en movimiento, el hombre se percata de que el estar atento a la pantalla durante mucho tiempo influye en la percepción y atención del espectador, digamos que la gente ya asumiendo el papel de la cinematografía en la sociedad, ascendió al siguiente nivel y pidió más. La música en ese tiempo seguía siendo la reina del lugar, ya existían obras maestras de compositores renombrados y mil posibilidades, una infinidad de instrumentos y de sonidos. Para no cansar la vista durante tanto tiempo, el hombre recurrió al acompañamiento musical en las proyecciones de cine. Se componían pequeña piezas que no tenían relación alguna con lo visto o se permitía al músico improvisar. Aquellos encargados del acompañamiento musical matizaban, enfatizaban o alargaban las notas de la melodía para seguir del algún modo el discurso visual de la proyección. El análisis intelectual de seguir la proyección manipulando la música fue el inicio del término audiovisual.

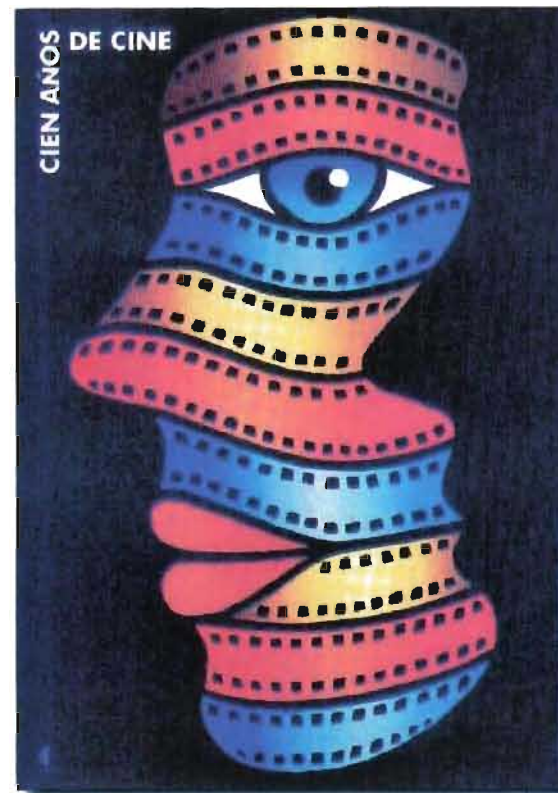
Aunque este hecho no marca por completo el inicio de la comunicación audiovisual, si es un factor determinante en el desarrollo de los medios audiovisuales. Si recordamos el hombre es audiovisual desde la antigüedad, a excepción de aquellos individuos carentes de uno y otro sentido. El hombre primitivo emitía sonidos guturales para comunicarse o enfatizar su estado de ánimo. Al mismo tiempo desarrollo su habilidad para trazar que devino como el dibujo, los famosos pictogramas. Además de los

gestos (visuales) y los sonidos guturales (auditivos), el hombre amplió sus posibilidades para interrelacionarse creando un código entendido por la mayoría articulado por sonidos representados por signos (fonéticos). Podemos decir que este código es audiovisual por excelencia, porque involucra las percepciones visual y sonora. Digamos que el hombre prehistórico ya practicaba la comunicación audiovisual, es decir, de crear conexiones y favorecer las relaciones sociales y culturales por medio de experiencias audiovisuales.

2.3.1 El lenguaje audiovisual

El lenguaje como base de la comunicación humana tiene varias vertientes, una de ellas es el lenguaje audiovisual que se beneficia de todos los atributos de la percepción visual y todos los de la percepción sonora. El resultado de la unión de estas percepciones da como resultado la ilusión de movimiento, de que podemos pertenecer a momentos en otros lugares y otros tiempos.

El discurso que genera este lenguaje nace de un proceso de producción económica e industrial que se incluye en los procesos culturales de cualquier sociedad. «En una forma condensada y sin evocar los ancestros intelectuales que han compartido todo en su influencia, mi punto de partida conceptual es: durante los últimos ciento cincuenta años en la historia de los países desarrollados fue establecida una especializada, con tendencia a estandarizarse, institucionalizada área de expresión y de actividad. Yo la llamo discurso audiovisual. Reúne el rango entero de praxis en las cuales, con la ayuda de sistemas técnicos



Cartel para 'Cien años de cine'



ejemplo de medio audiovisual

ya artefactos, se planifica, produce, comenta y aprecia la ilusión de la percepción del movimiento. Como una regla acompañada de sonido. Este discurso en particular está definido y empotrado por el proceso superordenado de un intento constante de modelar la cultura-industrial y de dominar el tema aquellos que están (supuestamente) para usar los artefactos y los mensajes apropiados por éstos.»⁶⁴ es decir que este discurso audiovisual se puede plantear gracias al desarrollo tecnológico y a la interacción de la imagen con el sonido.

Si el lenguaje es sistemático, es decir, utiliza uno o varios sistemas de signos, entonces tenemos que el lenguaje audiovisual utiliza los signos visuales y los signos sonoros. La percepción visual y sonora en conjunto influyen en nuestro modo de asumir lo que nos rodea.

El hecho de que las imágenes se vean influidas por un sonido y que un sonido se vea influenciado por una imagen para generar un producto totalmente diferente a los enteramente visuales (carteles, libros) y a los enteramente sonoros (canciones, sinfonías). El proceso perceptual del lenguaje audiovisual es llamado **audiovisión**.

Como antecedentes de la **audiovisión** podemos decir que todo esto surge como resultado de los avances tecnológicos, estos avances evolucionan al mismo tiempo que las sociedades, es decir, no las desplazan, sino que recrean sus necesidades y a partir de ellas el hombre vuelve a incidir en la tecnología, es un círculo económico, cultural y social de pro-

⁶⁴ La Ferla, Jorge. (1999) *Medios audiovisuales*. Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires. p. 39

ducción. Todo este cambio de la imagen fija impresa a la **audiovisión** surge como parte de la cultura y ésta «como una cualidad de relación entre la actividad de la vida, las condiciones sociales y el desarrollo actual de los individuos, la cultura como una expresión de formas de vida; un concepto de proceso de los medios como una práctica social especial.»⁶⁵

La aparición del discurso audiovisual y del proceso de **audiovisión**, nos lleva a observar de nuevo las instancias sociales, culturales, económicas y políticas de todo proceso creativo. Es lógico pensar que este nuevo discurso generado por la tecnología y las nuevas necesidades del receptor tenga una influencia a su vez sobre estas mismas instancias sociales y exista una retroalimentación. El proceso de **audiovisión** es lo que manejamos en casi todos los soportes actuales y es muy probable que por su acelerado desarrollo pueda generar otro discurso nuevo que involucre herramientas totalmente diferentes a lo que conocemos ahora.

2.3.2 El medio audiovisual

Un medio, es una manera de hacer algo haciendo uso de herramientas tanto intelectuales como prácticas, que combinándolas nos resuelvan un problema específico. El medio audiovisual entonces utiliza herramientas visuales y sonoras para problemas o situaciones audiovisuales en específico. Pensemos en el cine, con las primeras proyecciones se pensaba en un acompañamiento de aquello visto. Con esta evolución y teniendo ya en el archivo conceptual esta manera de manifestar el cine, se crean nuevas necesidades, el espectador ya no quiere sólo ver imágenes

⁶⁵ La Ferla, Jorge. (1999) *Medios audiovisuales*. Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires. p. 41

acompañadas de música, sino ver sentir que ninguno de los dos tiene más importancia sobre del otro. Ahora no sólo queremos ver imágenes, también queremos escucharlas.

El medio audiovisual devino de este desarrollo tecnológico y del aceleramiento de la sociedad, hacia una cultura más visual y más sonora, por decirlo de algún modo. «Los debates que pronostican la desaparición de la civilización occidental debido al ascenso de los nuevos medios, han estado presentes desde que el primer medio de almacenamiento para el lenguaje intervino en el proceso cultural. Desde el importante cambio semiológico de una cultura de masas más literaria a una más visual, en el siglo XIX, y particularmente desde el comienzo de la producción industrial de fotos e imágenes tales debates han emergido cada vez a intervalos más cortos. Han devenido más vitriólicos pero no más convincentes.»⁶⁶

Pensamos que el surgimiento de estos medios audiovisuales no es necesariamente una condena a muerte para la sociedad actual capitalista, sino que son producto de una evolución tanto en el proceso de comunicación humana, es este caso visual y sonora, como una evolución en las relaciones sociales. Si el proceso de comunicación nos exige nuevas maneras y nuevos discursos, es evidente que las sociedades se adaptarán creando posteriormente nuevas necesidades. La aparición de los nuevos medios audiovisuales es entonces un devenir lógico de nuestra historia.

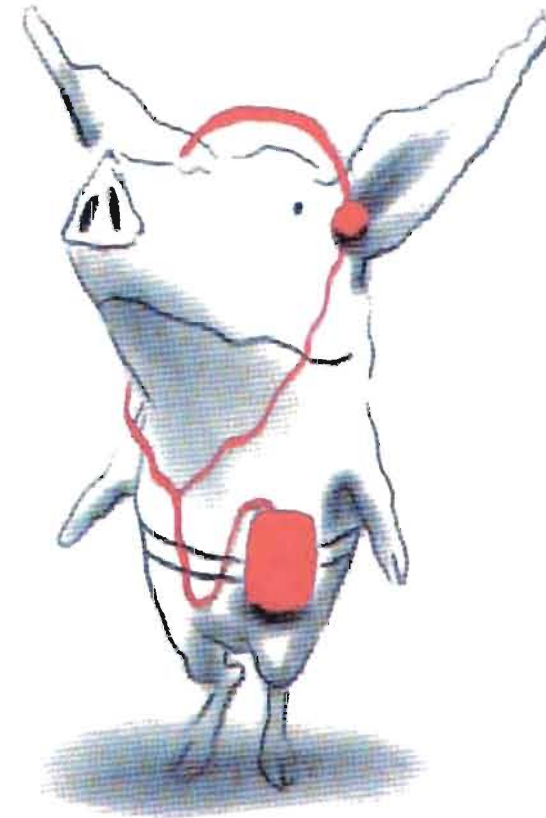
Este cambio o desarrollo se deriva de estilos, modas y movimientos culturales que hacen uso del lenguaje audiovisual para competir.

⁶⁶ La Ferla, Jorge (1999). *Medios audiovisuales*. Argentina: Editorial Univer-
sitaria de Buenos Aires, p. 38.

Este ilimitado uso del lenguaje audiovisual genera a su vez nuevas propuestas, genera que los individuos sean creativos con sus herramientas y las combinen para hacer nuevos efectos, para retroalimentar nuestras percepciones con cosas nuevas. Una de las condicionantes de los cambios que podemos ver en los medios audiovisuales es que son, por llamarlos de alguna manera, reciclables, pueden ser utilizados una y otra vez por todos sin necesidad de volver a justificar su sola presencia, los mismos medios nos han llevado de la mano para decirnos como usarlos y ahora tomarlos en cuenta no como piezas únicas sino como algo implícito de nuestra cultura.

Los primeros medios audiovisuales (cine y televisión) han perdido su hegemonía por el nacimiento de nuevos medios que convergen en sí mismos tanto las antiguas como las nuevas tecnologías, por ejemplo el Internet. Estos medios se han convertido en catalizadores de la cultura occidental contemporánea. Y gracias a ellos y a su lenguaje se devienen nuevas formas tecnológicas, nuevas creaciones técnicas y un uso más creativo de las herramientas visuales y sonoras.

Suponemos que a partir de la invención de la televisión, los soportes audiovisuales han evolucionado a la par; es decir, todos en conjunto, ya que los rige el binomio de sonido / imagen. Su transformación no ha sufrido alteraciones radicales en los últimos años. Creemos que los cambios que podemos observar ahora se deben al cambio en la tecnología. Hay una gran variedad de medios audiovisuales, que en su mayoría fueron y han sido utilizados para la enseñanza audiovisual.;



estas técnicas son audiovisuales porque están siempre acompañadas de una narración oral, la de la clase a exponer. Por mencionar algunos tenemos el pizarrón, el franelógrafo y el rotafolio, y por supuesto, el cine, la radio y la televisión.

El soporte que más nos interesa para nuestra propuesta, teniendo como antecedente la ilustración y el diseño editorial es el audiolibro, que desarrollaremos más adelante en la parte de la propuesta.

2.3.3 El valor añadido

El valor añadido es aquel que da el sonido a la imagen, es un valor que aporta un nuevo significado a la imagen vista. Este sonido puede ser una voz, un ruido, ruidos ambientales o la música. Al transcurrir el sonido junto a una imagen dada se genera una influencia sobre la percepción manipulando el significado de esta imagen. «Por valor añadido designamos el valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer, en la impresión inmediata que de ella se tiene o el recuerdo que de ella se conserva.»⁶⁷ El valor añadido que el sonido proporciona a una imagen se inscribe en el marco del sincronismo sonido / imagen, efecto que se explicará más adelante. El efecto del valor añadido es el principal motor de los mensajes audiovisuales y de la influencia de la percepción visual y sonora para una solución audiovisual. Éste se da en diferentes niveles. El primero y el más importante es el valor

añadido que aporta el texto sobre una imagen, llamémosle texto, a la historia y a la voz. En el cine mudo los textos que aparecían entre las imágenes ayudaban al significado de lo visto. Posteriormente la voz proporcionó un valor mucho más alto a las imágenes, el hecho de ser seres parlantes permite a la voz humana ser generalmente, el personaje protagonista en los proyectos audiovisuales. Aunque escuchemos otros sonidos, la voz conserva el primer lugar. Digamos que el oído perceptualmente elige primero, por esa identificación que tenemos con ella.

Esta preferencia perceptual no la goza la voz sólo por ser emitido por la boca, sino como articuladora de lenguaje hablado, de palabras que entendemos.

Existe un efecto muy importante que tiene que ver con las posibilidades técnicas de los medios, estos es que todo el concepto audiovisual en el caso del cine, por ejemplo, está calculado en todos los aspectos, tan es así, que aún sabiendo que el sonido proviene de una bocina o bocinas colocadas a determinada altura del espectador, se da la sensación de que provinieran de la imagen misma, como si el sonido fuera inherente a ella.

A esto lo llamamos imantación espacial del sonido por la imagen, es decir que el sonido dado en un discurso audiovisual goza de cierta atracción como una imán hacia la imagen dada



La música también aporta un valor añadido sobre la imagen generando efectos empáticos y anempáticos que dependen de las convenciones y códigos culturales de una comunidad. Los efectos empáticos gozarán cierta identificación con el receptor, gracias a los códigos que se refieren a los sentimientos y los relacionan con sonidos, como la alegría, la tristeza, la melancolía o júbilo. Los efectos anempáticos gozarán también de cierta identificación con el receptor, aunque el resultado no esté relacionado con sentimientos cotidianos, sino con

Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p 16

sensaciones o situaciones que alteren ese ritmo cotidiano, como los ruidos o aquellos sonidos que alteren el ritmo del discurso audiovisual, son generalmente sonidos que provocan sensaciones de terror, como aquellos que se escuchan continuamente cuando por ejemplo, vemos un asesinato en una película y escuchamos el sonido constante de una gota de agua que cae. Estos efectos de la música acentúan la intención de la imagen sobre el espectador.

El sonido imprime también en la imagen la sensación de tiempo, este efecto tiene tres aspectos: animación temporal de la imagen, la percepción del tiempo sobre la imagen se hace detallada,



concreta como en las películas musicales donde sincrónicamente se escucha la música al ritmo de la cual una pareja está bailando, o por el contrario amplía y vaga. Linealización temporal de los planos. El sonido sincrónico nos genera la idea de sucesión en el tiempo, de sucesos continuos, va de acuerdo y al mismo ritmo que lo visto.

La imagen por el contrario puede ser no lineal, es decir, una imagen que sucede a otra no siempre tendrá que ver con la primera, puede no seguir narrativamente a la anterior. Vectorización, los planos o las escenas vistas nos conducen a algún lugar en el tiempo, el papel del sonido en este caso es reforzar el efecto causando expectación. La vectorización en el sonido implica que éste está localizado en el tiempo de manera irreversible, esto quiere decir que si no concuerda con su momento sincrónico en la imagen puede percibirse como al revés. La imagen por el contrario puede no tener orientación temporal, es decir, que provoque la sensación de no tener inicio, desarrollo y fin.

El sonido es entonces una especie de estabilizador del ritmo de las imágenes. Es decir, que las imágenes pueden transcurrir con su propio ritmo, pero el sonido les da cierta fuerza que las une, tiene una función cohesionadora sobre la imagen, para que ésta esté inscrita en un tiempo real (microsucesos que reconstituyen la textura del presente, del momento). El sonido está más vectorizado en el tiempo que en la imagen.

El efecto de valor añadido es también recíproco, «si el sonido hace ver la imagen de modo diferente a lo que esta imagen muestra sin él, la imagen por su parte, hace oír el sonido de modo distinto a como éste resonaría en la oscuridad. Sin embargo, a través de esa doble ida y vuelta, la pantalla sigue siendo el principal soporte de esa percepción. El sonido transformado por la imagen sobre la que influye re proyecta finalmente sobre ésta el producto de sus influencias mutuas».⁶⁸ El sonido dará a la imagen un determinado sentido o significado, que cambiaría en ausencia del sonido.

El flujo sonoro o transcurrir sonoro paralelo a la imagen tiene una lógica interna y una lógica externa. «El flujo sonoro se caracteriza por el aspecto más o menos ligado, más o menos insensible y fluidamente encadenado de los diferentes elementos sonoros, sucesivos y superpuestos, por el contrario, más o menos accidentado y roto por cortes secos, que interrumpen brutalmente un sonido para sustituirlo por otro»⁶⁹ La lógica interna, es un encadenamiento o unión de las imágenes y los sonidos hecho de tal manera que parezca que es natural que se desarrolle y crezca, como si los efectos fueran inherentes a las imágenes y los sonidos. La lógica interna da la sensación de continuidad. La lógica externa es todo aquello que rompe el ritmo visual y sonoro de un mensaje audiovisual. Es en donde se introducen los cortes y las arritmias. Uno de los principales efectos del lenguaje audiovisual, es aquel donde pueden notarse las influencias de las dos percepciones de manera inequívoca, esto es la síncretis. La síncretis es la que permite procesos de doblaje, montaje y reproducción de un producto audiovisual.

Chion, Michel, (1997) *El Audiovisión*. España: Eri. Los Audios (Banco).
p. 31
Íbidem, p. 31

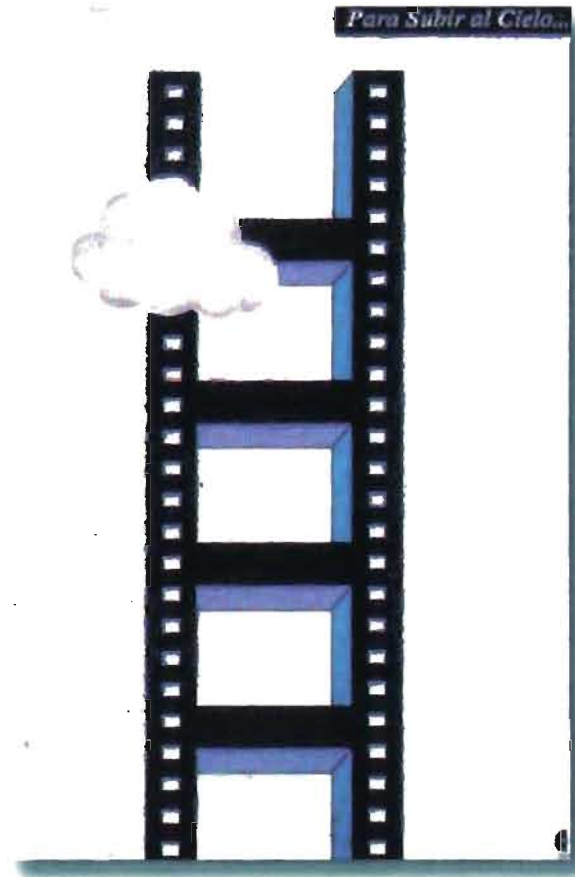


La síncreisis es la unión que se genera cuando un fenómeno sonoro y otro visual coinciden exactamente en un mismo momento. El efecto de síncreisis deriva en los llamados puntos de sincronización, puntos (momentos en el transcurrir de la imagen) en donde las causas o el origen de un sonido se manifiestan directamente en la imagen. El sonido más sincrónico del mensaje audiovisual es la música. Los conceptos anteriores obtenidos del libro *Audiovisión*, de Michel Chion, nos explican en términos generales la influencia del sonido sobre la imagen en un discurso audiovisual, aunque no son todos, podemos considerarlos como los más importantes.

2.3.4 Elementos del mensaje audiovisual

La estructuración de la imagen en los mensajes audiovisuales no es ni más o menos importante que el sonido, tiene igualdad de jerarquía. Si nosotros disponemos que uno de los dos elementos tenga mayor jerarquía en el mensaje se deberá a que esa decisión depende de nuestro guión, de nuestro discurso audiovisual. Es manejado entre aquellos dedicados a los mensajes audiovisuales que tomen como punto de referencia, el cine, sus elementos estructurales y sus conceptos. El cine, por ser el primer medio audiovisual por excelencia cuenta con recursos teóricos que han sido utilizados por otros medios y adaptados a sus necesidades y condiciones técnicas.

La imagen en el cine es el marco, es en donde todos los elementos concurren, interactúan, tienen un valor. La imagen transcurre según su ritmo, su tiempo y su propia narrativa. Es el espacio donde el sonido obtendrá cierta importancia que no se le da



Cartel para video de cine
Para subir al cielo

cotidianamente. La imagen nos aportará información sobre el contexto, el espacio y las acciones; y junto con el sonido nos hablará del tiempo, del ritmo y del movimiento.

La imagen es un elemento básico en los mensajes audiovisuales, ésta reforzará el significado del mensaje junto con el sonido. Existe además la llamada *escena audiovisual*, la cual está delimitada por el marco visual, que en el caso del cine y la TV sería la pantalla. Escena porque es ahí donde se presenta la imagen junto con el sonido, se contiene en ese espacio. «En la lectura de una imagen distinguimos tres niveles de atención: instintivo, descriptivo y simbólico»⁷⁰. El *nivel instintivo* es el que se realiza apenas se aparece la imagen, los elementos que rigen este nivel están vinculados al proceso de percepción, son elementos emotivos.

En este nivel el ojo lee la imagen y transmite las primeras impresiones al cerebro condicionando de cierta forma las fases sucesivas. El *nivel descriptivo* empieza a hacer un reconocimiento de la imagen reuniendo más información, lee líneas de perspectiva, planos, campos y masas de luces y sombras. En este nivel se hace una descripción de la imagen, se reconocen ambientes y la individualización del sujeto u objeto en un plano. El nivel descriptivo determina el tiempo de lectura de la imagen, es decir, el tiempo de reconocimiento y descripción de la misma.

El nivel simbólico es aquel vinculado con el conocimiento racional y es donde se realiza el proceso de comprensión del mensaje visual. La imagen es uno de los elementos principales del mensaje audiovisual y gracias a estos niveles de análisis, el receptor percibe lo que ve.

Giacomantonio, Marcello. *La enseñanza audiovisual*. España: Editorial Gustavo Gili, p. 43

Los términos que se utilizan para definir o describir una imagen en un mensaje audiovisual son generalmente aquellos utilizados por el lenguaje cinematográfico y éstos son:

El *plano* caracteriza la importancia del tema tomado en relación con los elementos presentes en la imagen. *Plano general*. La imagen se presenta sin ningún elemento relevante, es homogénea, no hay acento visual. *Plano de conjunto*. A partir del plano general se empieza a distinguir un sujeto, un ligero acento visual en el todo. *Plano medio*. El sujeto predomina sobre el ambiente, su valor es descriptivo, la imagen adquiere expresividad, el sujeto atrae la atención del observador. *Plano de detalle o close up*. La imagen presenta un detalle en el plano o del sujeto, tiene un notable poder expresivo.

La *composición* es el elemento que permite al ojo recorrer las imágenes según un cierto esquema y descubrir sucesivamente sus partes esenciales valorando su importancia. *Composición vertical*. La estructura vertical de la imagen intercepta al ojo que está leyendo y lo acompaña hacia arriba o hacia abajo según el tema. *Composición horizontal*. Sugiere la sensación de calma, el ojo atraviesa con calma toda la imagen. *Composición diagonal*. Las líneas de composición y perspectiva atraviesan la imagen siguiendo planos inclinados en un solo sentido. *Composición cíclica*. Comunica la sensación de movimiento y se encuentra en la naturaleza con un perfecto rigor geométrico como las espirales y los círculos.

El *encuadre* indica la posición del sujeto con respecto a los márgenes de la imagen, como la elección del punto de vista y determina el ángulo de toma. *Central*. El sujeto es identificado inmediatamente y refuerza el valor descriptivo de la imagen. *Descentrado*. El sujeto está en posición asimétrica y es interpretado con base en la posición. *Oblicuo*. Si encuadramos oblicuamente con respecto a los márgenes un sujeto al que nos hemos acostumbrado a considerar como perfectamente erecto, se derivará una impresión de vértigo.

La elección del *ángulo de toma* varía en función al sujeto. *Toma frontal*. Destaca las características expresivas del sujeto. *Perfil*. Tiene fines estéticos y aprovecha el juego plástico de ciertas líneas de un perfil. *Tres cuartos*. En éste se inserta un rostro en un encuadre equilibrado y tiene un valor intermedio entre los dos anteriores. *Perspectiva vertical ascendente*. Da la impresión de ascenso y estabilidad, tanto en el espacio como en el tiempo. *Perspectiva vertical descendente*. Comunica una sensación de profundidad, especialmente cuando es muy acentuada. *Perspectiva lateral*. Permitirá una lectura rápida de la imagen, pues en la cultura occidental la lectura es de izquierda a derecha.⁷¹ Estos conceptos obtenidos del libro *La enseñanza audiovisual de Giacomantonio* nos servirán como referente para la estructuración de las ilustraciones de nuestra propuesta.

A continuación haremos una referencia de sonidos como la voz y la música como elementos de un discurso audiovisual, además del papel del silencio y la manera en que podemos percibir un sonido con referencia a una imagen.

Conceptos obtenidos del libro *La enseñanza audiovisual de M. Giacomantonio*

2.3.4.1 La voz

La voz humana confiere un valor añadido a la imagen, podemos decir que es el sonido más destacado en un conjunto de sonidos que otorga atributos a una imagen dada. La voz es importante por ser el soporte de la expresión verbal, de la manera primigenia de comunicación. Y hablando de la voz, hablamos también de su función frente a una imagen, ya sea como portadora de descripción u opinión sobre lo visto.

El texto o lo que se dice, como consecuencia del lenguaje, imprime cierto grado de significación a una imagen dada. Su sentido no será el mismo si la voz o el texto que escuchamos sobre ella, cambia. El efecto puede ser empático, engradecedor o totalmente contraproducente. Así tenemos que un comentario o un texto relacionado con la imagen puede enfatizarla o hacerla ver pobre en comparación con la fuerza o indiferencia del texto.

Hay que tomar en cuenta que el texto sobre la imagen aporta una sensación de estructuración, de orden y de significación. «Formular que el sonido en el cine es mayoritariamente vococentrista es recordar que en casi todos los casos favorece a la voz, la pone en evidencia y la destaca de entre los demás sonidos. La voz es lo que recoge, en el rodaje, la toma de sonido, que es casi siempre, de hecho, una toma; y la voz es lo que se aísla en la mezcla como instrumento solista del que los demás sonidos músicas o ruidos, no serían sino el acompañamiento.





Isabelle Boulay

Por supuesto, no se trata de la voz de los gritos y de los gemidos, sino de la voz como soporte de la expresión verbal.»⁷² Llamamos a este discurso audiovisual vococentrista pues, en sus inicios se centraba en la voz como un elemento de gran importancia sobre la imagen evidentemente después del fin del cine mudo.

Al escuchar una voz dentro de un mensaje audiovisual, nos identificamos con ella, le damos jerarquía perceptual, pues nuestra voz es la base de nuestro lenguaje verbal, las voces entonces son casi lo primero que se capta. En cuanto a la narración en el mensaje audiovisual, es importante pues la voz debe hacer énfasis sobre ciertas imágenes, indicar las relaciones, centrar la atención en determinados momentos, debe estar unida a la imagen y ser un refuerzo de la misma.

2.3.4.2 La música

El papel de la música en el mensaje audiovisual es fundamental, ya se veían ejemplos en el acompañamiento del cine mudo con el uso de un piano que sin una lógica, aportaba música a los visitantes para hacerles menos aburrida la proyección. La música no es *otro sonido más*, es una composición formal a través de un código de signos sonoros que nos permiten ordenar los sonidos de tal manera que el resultado sea armónico y agradable al oído. La música igual que la imagen tiene su propio discurso, su propia narrativa, su intención es la de provocar la sensación de continuidad y movimiento intercalando sonidos y silencios.

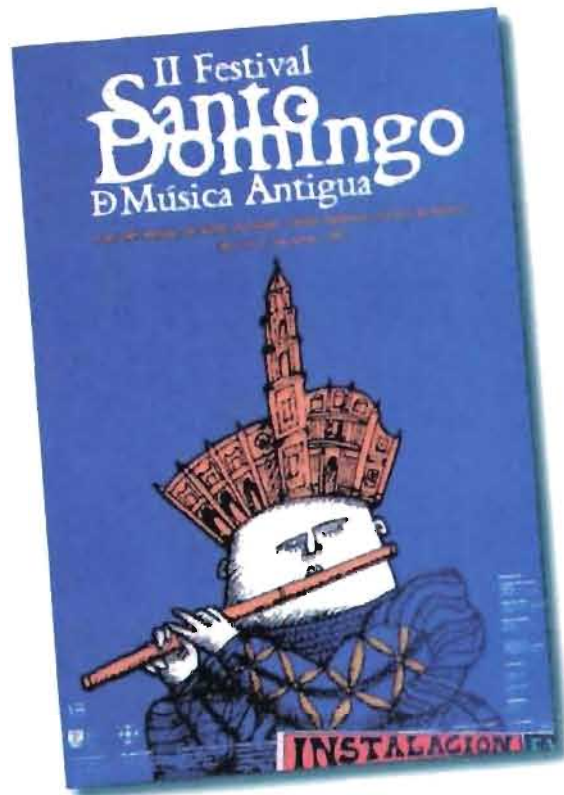
Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p.17

La percepción de la música se da en tres planos diferentes. El plano sensual, que significa escuchar la música por el solo placer de escucharla, porque se siente agradable. El plano expresivo está relacionado con el significado de la música, con lo que la pieza musical quiere decir, con lo que hay detrás de esa organización práctica de los sonidos.

El plano puramente musical es aquel que desmenuza la música, es decir, que está consciente de su constitución abstracta, que está formado por un código de notas y reglas de aplicación. Lo que hace el oyente con estos planos es usarlos intercaladamente, uno y otro, hasta percibir la pieza musical.

La música posee cuatro elementos fundamentales que la constituyen. *El ritmo, la melodía, la armonía y el timbre*. El *ritmo* comienza desde la era prehistórica con la sucesión regular de sonidos emitidos por la garganta o algún objeto con cualidades percusivas. Podemos decir que es el eje central de la composición musical, como la simetría y el equilibrio en la composición visual. El ritmo de una melodía se percibe cuando al escuchar una parte o toda nos percatamos de su sentido. La melodía está relacionada con lo que nos provoca intelectualmente más que por el movimiento que inspira el ritmo.

La *melodía* está relacionada con lo que nos provoca intelectualmente más que por el movimiento que inspira el ritmo. La melodía se construye a través del análisis de las notas esenciales y no esenciales, es el elemento unificador para la buena composición, es la manera en que sonidos y silencios se acompañan para formar un todo.



Cartel de Festival de Música Antigua

La armonía surgió como concepto intelectual más que como elemento estructural de la composición musical. La armonía es un fin. La armonía se basa en la medida, impuesta por el hombre, de la música. El timbre o color del sonido, es «la cualidad del sonido producido por un determinado agente sonoro»⁷³. El timbre proporciona al sonido diferencias cualitativas que nos permiten distinguir un sonido de otro o una nota de otra, si es grave o aguda.

Podemos usar el análisis usado para el cine, para indicar la función de la música en un mensaje audiovisual. «La praxis del cine emplea preferentemente formas musicales breves. La longitud o la brevedad de una forma musical guardan una determinada relación con el material».⁷⁴ Es decir que la música estará en función de aquello presentado visualmente, el discurso visual y el discurso sonoro deben preferentemente coincidir para lograr comunicar.

2.3.4.3 El silencio

La presencia del sonido en un mensaje audiovisual nos remite generalmente a descansos sonoros, que nos hacen disfrutar de mejor manera los sonidos. El silencio además de su función en una melodía tiene también gran carga expresiva si se le contrasta con sonidos fuertes o estruendosos. El flujo y ritmo sonoro de un mensaje audiovisual debe contemplar no sólo los sonidos sino también los silencios.

En relación con una imagen, un silencio puede inspirar inquietud, inestabilidad, suspenso. «Es célebre el aforismo de Bresson

Copland, Aaron. *Cómo escuchar la música*. España: Editorial Gustavo Gili, p. 84

Adorno, Theodor. *El cine y la música*. España: Editorial Fundamentos, p. 57

que nos recuerda que el cine sonoro ha aportado el silencio, y esta fórmula ilumina una justa paradoja: ha sido preciso que existan ruidos y voces para que sus ausencias e interrupciones profundicen en eso que se llama silencio, mientras que en el cine mudo, todo por el contrario, sugería ruidos. El silencio dicho de otro modo, nunca es un vacío neutro: es el negativo de un sonido que se ha oído antes o que se imagina; es el producto de un contraste»⁷⁵ Es decir que gracias al nacimiento del sonido en el mensaje audiovisual se valoro la importancia del sonido y de sus posteriores efectos comunicativos.

2.3.4.4 In-out / A cuadro y fuera de cuadro

El sonido fuera de cuadro, es acusmático, en relación con lo visto en el plano visual, es decir, no se ve lo que se escucha. «El sonido fuera de campo en el cine es el sonido acusmático en relación con lo que se muestra en el plano, es decir, cuya fuente es invisible en un momento dado, temporal o definitivamente».⁷⁶ El sonido in es aquel que si muestra su fuente en el plano visual como cuando vemos en una película hablar a una persona. «Se llama sonido in, a aquel cuya fuente aparece en la imagen y pertenece a la realidad que ésta evoca.»⁷⁷

En el sonido out, la causa no sólo está ausente sino que además el sonido pertenece a un espacio y tiempo totalmente diferentes a lo presentado en el plano visual, ese es el caso de la voz del narrador o de la música de orquesta. «Se llama sonido off aquel cuya fuente supuesta es, no sólo ausente de la imagen, sino también no diegética, es decir, situada en un

Chion, Michel. 1997. *La voz en el cine*. España: Editorial Paidós Iberica, S.A. p. 59

Ibidem, p.75

Ibidem, p.76



el silencio en la secuencia audiovisual

tiempo y un lugar ajenos a la situación directamente evocada.»⁷⁸ Los términos in-out y dentro y fuera de cuadro, son mencionados por Michel Chion como in / fuera de campo / off. «Estos últimos años, la distinción in / fuera de campo / off, que procede de un análisis sencillo, ha sido a menudo denunciada como superada y reductora, y se ha empezado a criticar, cada vez más directamente, en nombre de la excepciones y de los casos particulares que parece no tomar en cuenta. Quienes pretextando estas excepciones, consideran estas categorías como desprovistas de interés desechan una distinción imprescindible simplemente por la razón de que no es absoluta. Consideran las cosas según una lógica binaria de todo o nada, mientras que estas distinciones no tienen sentido sino desde un punto de vista geográfico, topológico y espacial, como zonas entre las cuales existen muchos matices y regiones ambiguas...»⁷⁹

Esta clasificación del sonido en un mensaje audiovisual, es la trilogía básica de donde parten muchas otras consideraciones o casos especiales, es decir, ejemplos de sonido in / fuera de campo / off, en donde la percepción y visualización del mismo sonido puede verse inscrita en uno, dos o los tres campos unidos, pero es una buena manera de mostrar la presencia del sonido en un mensaje audiovisual.

2.3.4.5 Sonido ambiente

Es el sonido que rodea a una escena o imagen y tiene una presencia en el espacio, sin provocar la ansiedad de localizar su fuente, como por ejemplo el ruido que provoca el flujo de

⁷⁸ Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p.76

⁷⁹ *Ibidem*, p.77

un río, el cantar de las aves en un bosque, el sonido del viento contra los árboles, etc. «Se llama sonido ambiente al sonido ambiental envolvente que rodea una escena y habita su espacio, sin que provoque la pregunta obsesiva de la localización y visualización de su fuente.»⁸⁰

2.3.4.6 Sonido interno

Llamaremos sonido interno a aquel que emana tanto física o mentalmente de un personaje, como por ejemplo, el sonido de la respiración o de las voces internas o recuerdos. «Se llamará sonido interno al que, situado en el presente de la acción, corresponde al interior tanto físico como mental de un personaje: ya sean sus sonidos fisiológicos de respiración, de jadeos y de latidos del corazón o sus voces mentales, sus recuerdos, etc.»⁸¹

2.3.4.7 Sonido on the air

Es sonido on the air, aquel transmitido por un aparato eléctrico, llámese radio, teléfono o amplificador y que escapa a las leyes naturales de propagación de sonido. Como ejemplo tenemos cuando los personajes en una película escuchan la radio o hablan por teléfono. Es el sonido retransmitido dentro de la escena audiovisual sin ver su fuente inicial real. El sonido on the air se coloca entonces por fuera de nuestra consideración del fuera de campo y del in, ya que oscila entre la dos. «Llamaremos sonidos en las ondas (on the air) a los sonidos presentes en una escena, pero supuestamente retransmitidos eléctricamente, por radio, teléfono, amplificación, etc. que escapan, pues, a las leyes mecánicas llamadas

⁸⁰ Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p.78

⁸¹ *Ibidem*

naturales de propagación del sonido.»⁸² Estos sonidos on the air son generalmente utilizados para crear cierto efecto de espacio o de localización de una fuente, en un discurso audiovisual. Reafirman la importancia de la voz sobre la imagen sin importar el medio que la emita.

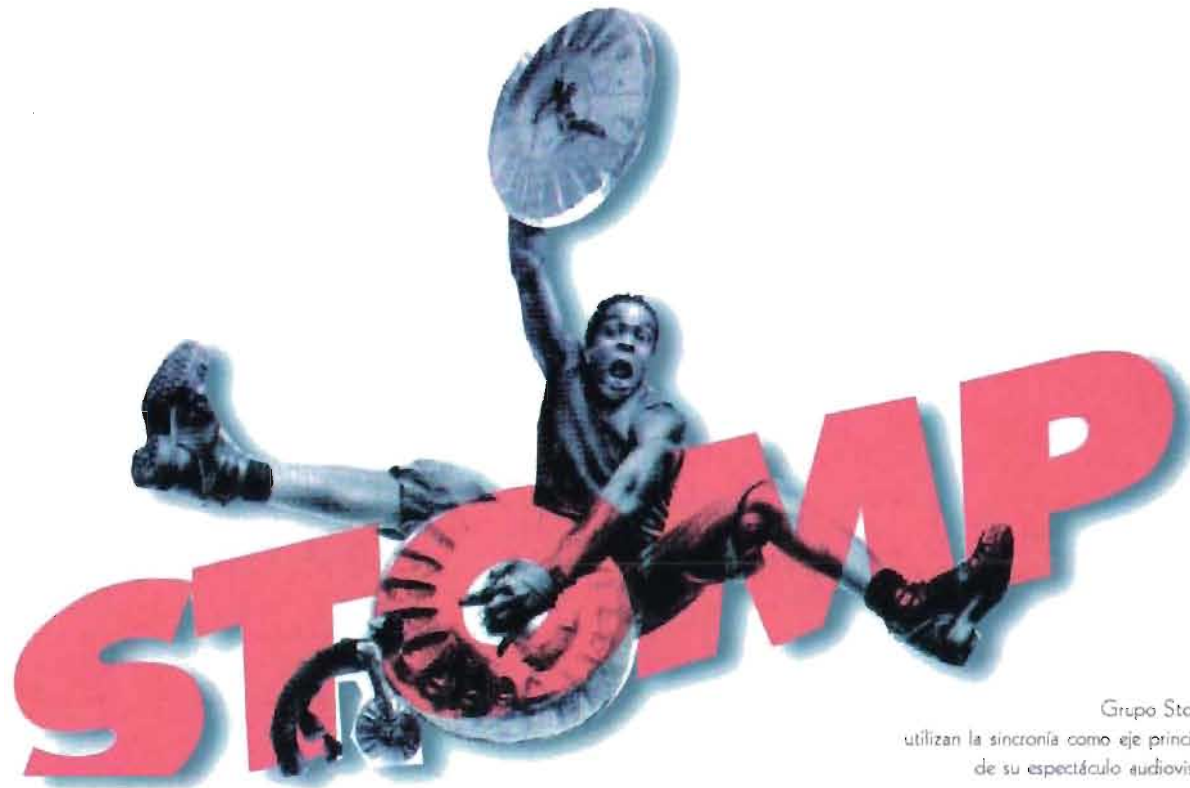
2.3.4.8 Sincronía

O también llamado sincronismo en la escena audiovisual está relacionado con la puntuación de ciertos momentos en la imagen con sonidos. El sincronismo o efecto de sínresis es aquel que nos permite ubicar sonidos al mismo tiempo que miramos sus fuentes en la imagen, pueden ser voces (doblaje), ruidos de máquinas, sonidos de movimientos, golpes, etc.

Podemos decir que la sínresis es uno de los ejes fundamentales de la escena y el mensaje audiovisual, en donde se percibe de manera más directa el punto de encuentro de la percepción sonora y de la percepción visual.

Los puntos de sincronización son aquellos momentos en donde coincide un sonido y una imagen y se acentúa, por supuesto, el efecto de sínresis. Los puntos de sincronización pueden presentarse de maneras diversas, esto es, acentuando una nota musical con respecto a la aparición de determinada imagen o el transcurrir de una melodía con respecto a una serie de imágenes que se presentan con el mismo ritmo y con la misma intención de las notas musicales escuchadas. «Un punto de sincronización es, en una cadena audiovisual, un momento

⁸² Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, p. 15.



Grupo Stomp utilizan la sincronía como eje principal de su espectáculo audiovisual





relevante de encuentro sincrónico entre un instante sonoro y un instante visual; un punto en el que el efecto de síncrexis esta más acentuado; como un acorde musical más afirmado y más simultáneo que los demás en una melodía. Un punto de sincronización puede ser el encuentro de elementos de naturaleza muy variable; por ejemplo, de un corte visual de la imagen con una palabra o con un grupo de palabras especialmente destacadas en el comentario de la voz en off (o out).»⁸³

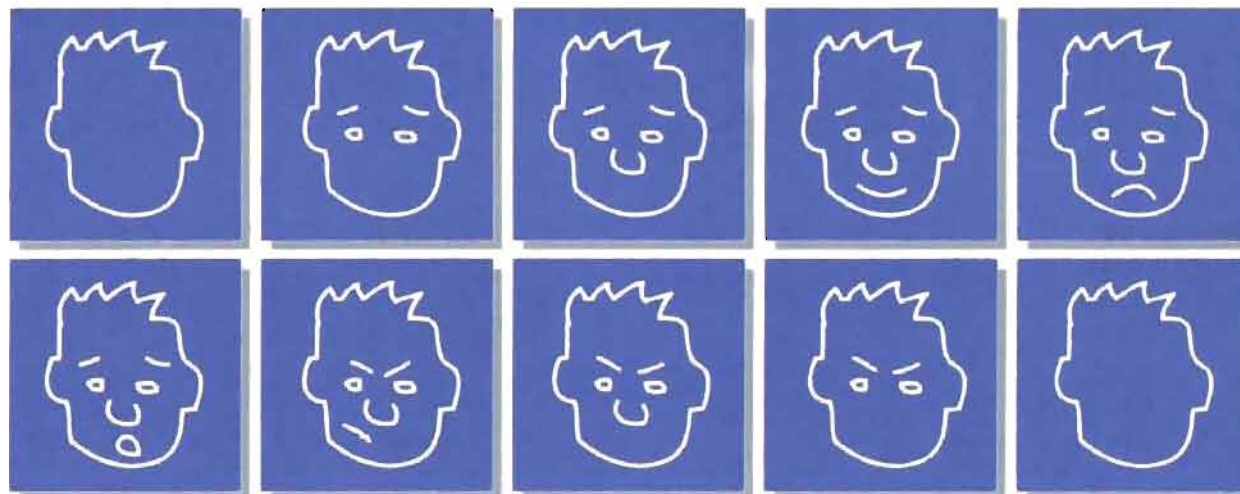
2.3.4.9 Secuencia audiovisual

Una secuencia audiovisual es una sucesión rítmica tanto de imágenes como sonidos que nos genera la idea de movimiento en el tiempo. De que el tiempo transcurre, de que no es cíclico, de que una acción será la causa de la siguiente, y la tercera, consecuencia de la anterior. «Es el primer nivel del lenguaje filmico y, como tal, goza ya de condiciones particulares de tiempo y de espacio. En ésta, nuestra concepción normal de tiempo es subvertida para dar lugar a un ritmo típico de la narración que permite subrayar o debilitar conceptos y escenas particulares.»⁸⁴

En lo que a tiempo se refiere, la secuencia audiovisual, rescata y favorece la sucesión lógica y temporal de la narración, sucesión que está influenciada por el discurso audiovisual. En cuanto al concepto de espacio, éste se refiere a la suma de todas las imágenes presentadas por la secuencia, es el marco donde transcurre la narración.

Chion, Michel. (1993). *La Audiovisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p 61-62

Giacomantonio, Marcello. *La enseñanza audiovisual*. España: Editorial Gustavo Gilli, p. 55



Vemos que cambia aparecen trazos blancos formando un rostro toma tras toma mientras escuchamos el ruido de una pieza de gis que escribe sobre la hoja azul.

La estructura de un mensaje audiovisual está contenida en tres etapas básicas. Pre producción, producción y post producción. «Prepare una síntesis descriptiva del contenido, luego un tablero fichero, escriba el guión, un boceto para la producción y en relación a lo anterior prepare lo necesario»⁸⁵ Este es un esquema muy sencillo de las etapas de un mensaje audiovisual; siempre se empieza con una idea y una ligera concepción de los materiales a necesitar.

Kemp, Jerróid. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.44

2.3.5 La pre-producción

La pre-producción de un mensaje audiovisual consiste en reunir todos los elementos previos a la estructura del mensaje, desde concebir la idea, escribir el guión, visualizar el trabajo terminado para poder determinar la música que se usará, el tiempo de exposición del mensaje, las imágenes a usar, etc. «Una idea, una situación problemática o una necesidad insatisfecha pueden ser

el punto de partida para la planificación de los materiales audiovisuales. La idea puede indicar un área o asignatura de interés; pero las ideas más útiles son aquellas que se conciben en relación a las necesidades de un grupo concreto un público que necesita determinada información o destreza; o bien la urgencia de provocar una actitud o respuesta específica.»⁸⁶ La conceptualización es la base de la preproducción, de dar los primeros pasos hacia la conformación del mensaje audiovisual, de hacer los bocetos para el story board y de escribir el guión que darán forma a la producción del mensaje. «Sobre la base de la idea u objetivo general se construyen dos o tres objetivos específicos.»⁸⁷ Dentro de estos objetivos se deberá tomar en cuenta el soporte audiovisual, el receptor y el tema.

2.3.6 El guión

La función del guión se ubica en la primera etapa del discurso audiovisual, el guión es una herramienta técnico-conceptual que permite desarrollar una idea en diferentes etapas,. La primera involucra un trabajo literario: la idea se transforma en una narración o guión literario.

Después se moldea a través de un guión técnico donde se especifican todos los requerimientos de producción y realización que se utilizarán para el mensaje. «Cuando se han logrado un tratamiento y continuidad satisfactorias y se tiene listo el boceto en el fichero exhibidor, es el momento de desarrollar el boceto y escribir un guión detallado. El guión es como un mapa que señala las direcciones definitivas para la toma de fotografías, trabajo

artístico o filmación. El guión es un enlistado de cada una de las imágenes acompañadas de la narración, títulos e indicaciones».⁸⁸ El guión es el elemento principal de la etapa de preproducción de un mensaje audiovisual. Aquellos creativos dedicados al audiovisual saben de antemano que para poder proyectar la idea o el concepto de su mensaje es básico conocer el lenguaje visual del cine o la TV, para determinar el orden en que se presentarán las imágenes y el sonido.

El guión está relacionado con el discurso del mensaje audiovisual, con la secuencia narrativa y con la estructura dramática de los personajes en la historia. Estos tres elementos deben verse reflejados en el producto final. La historia de la cual hablará el guión se estructura de manera diferente para cada medio audiovisual, esto quiere decir, que el guión será diferente si se trata de cine, TV o radio debido a las posibilidades técnicas de cada; aunque la historia sea la misma.

Los elementos que se visualizarán en el producto final son: los personajes, las acciones, los lugares y el tiempo de la historia; gracias a su organización tendremos que nuestro guión tendrá un principio, un desarrollo y un fin, determinados por el medio audiovisual.

Para la producción de mensajes audiovisuales generalmente se toman en cuenta los llamados paradigmas de Field. Paradigma de personaje. «Todo personaje tiene al comienzo de la historia una vida previa que se verá modificada por los acontecimientos de la historia»⁸⁹ Es la presentación del personaje con

un individuo con pensamientos, sentimiento y una historia que puede ser narrada. Paradigma de asunto. «un personaje con una necesidad principal, que realiza acciones física y/o emocionales para satisfacerla».⁹⁰ En este caso, realiza todas las acciones del discurso en tono a una necesidad específica, es decir, rescatar a alguien, llegar a algún lugar, obtener cierto conocimiento o resolver un problema específico. Paradigma de estructura dramática. Estructura la historia completamente, establece la acción, la confrontación y la resolución del problema. Éste es el más completo pues estructura y organiza toda la acción del discurso. Para Field existía un método de escritura de guión según el formato (Modo establecido y estandarizado de presentar la información), pero el principal era el siguiente:

1. Determinar al o a los personajes principales
2. Redactar la propuesta
3. Redactar el análisis completo del personaje
4. Redactar la sinopsis de la historia
5. Redactar el tratamiento de la historia
6. Dividir la historia en escenas
7. Redactar el guión.

«El contenido de un mensaje audiovisual es afectado por el tiempo que se necesita para su presentación; por lo tanto desde este momento de la planificación es necesario hacer un cálculo por lo menos aproximado de lo que durará la presentación»⁹¹ El tiempo de un mensaje audiovisual es básico para poder determinar su estructura, la presentación de las imágenes y del sonido, y la propia estructura del mensaje.

⁸⁶ Kemp, Jerrold. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.25

⁸⁷ Idem

⁸⁸ Kemp, Jerrold. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.43

⁸⁹ Maza Pérez, Maximiliano. (1994). *Guión para medios audiovisuales*. México: Editorial Alhambra Mexicana

⁹⁰ Maza Pérez, Maximiliano (1994). *Guión para medios audiovisuales*. México: Editorial Alhambra Mexicana

⁹¹ Kemp, Jerrold. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.48





Existen tres formatos básicos de guión: el de cine, el de radio y el storyboard. El guión de cine trata la historia en escenas y lugares. Hacer una descripción del lugar y de los personajes, una breve descripción de las acciones y los diálogos completos. El guión de radio es tomado del libreto teatral. La acción es continua y el sonido tiene una especial consideración, se puntualiza el lugar de la música, las transiciones o cambios de ambiente, de tiempo o de lugares; la ambientación sonora, el sonido da énfasis a la acción de manera primordial. Las escenas son más largas pues hay más descripciones y se divide el texto en capítulos y actos.

El storyboard es la secuencia de las acciones que se van a filmar o grabar, en dibujos. Las imágenes vistas en las viñetas corresponden a planos visuales. Generalmente en cada viñeta se coloca el número de escena, el número de plano, una breve descripción de la acción, una breve descripción o referencia del audio; además de algunas observaciones técnicas.

El storyboard es utilizado en cine, en TV y en diaporamas. Se indica también cómo será la transición visual y sonora de una toma a otra, los movimientos de cámara o la disolvenca entre una y otra. Se recomienda que el tamaño de las viñetas o dibujos, sea proporcional al tamaño final del producto. Los conceptos de guión obtenidos del libro Guión para medios audiovisuales de Guillermo Maza Pérez nos sirven como referencia para nuestra propuesta. El guión más socorrido para un soporte audiovisual, especialmente para nuestra propuesta, es el storyboard.

2.3.7 La producción

La producción del mensaje audiovisual consiste en la grabación (visual y sonora), edición y reproducción del mensaje audiovisual. Son todos los procesos técnicos e intelectuales reunidos para la estructura del mensaje.

En el cine y la TV, por ejemplo, la producción consiste en el registro de las imágenes y de los sonidos que posteriormente se editarán (se ordenarán) para el producto final. En el caso del radio es la grabación de los spots previos a su presentación al aire o la organización de los elementos necesarios para su grabación en vivo. «Una vez organizado el contenido en relación a los objetivos, ha llegado el momento de organizar todo esto de la mejor manera para que pueda comunicar el contenido y cumplir los objetivos propuestos.»⁹²

Este plan de integración puede requerir un solo medio o varios (soporte multimedia), en el caso del soporte multimedia, cada medio aporta al proyecto objetivos y contenidos específicos que en conjunto articularán el mensaje multimedia. Gracias a las relaciones que existen entre estos elementos de la organización se puede entonces empezar a planear la producción.

2.3.8 Elaboración de imágenes

En la producción audiovisual, el primer paso es la elaboración de imágenes dependiendo del soporte a usar. «El éxito de muchos materiales puede atribuirse en gran medida a la calidad

⁹² Kemp, Jerrold. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.44

del trabajo artístico y de los materiales gráficos. Lo anterior puede conseguirse con una cuidadosa planeación»⁹³

Láminas o ilustraciones. La elaboración de ilustraciones en el mensaje audiovisual se encuentra en la etapa de producción, debe considerarse el tamaño y la forma de la superficie de trabajo, el diseño de formato, las proporciones del material, los recursos materiales, habilidades técnicas e instalaciones que se necesitan.

En el caso de nuestra propuesta, donde se necesitan ilustraciones, éstas están cuidadosamente planeadas, tanto teórica como técnicamente para beneficio del discurso audiovisual.

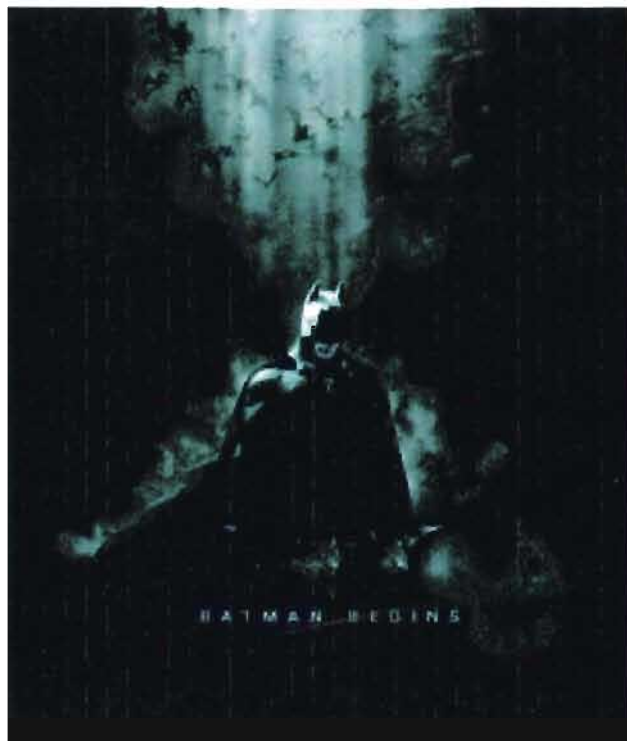
Fotografías. «Las series fotográficas se preparan de negativos en blanco y negro o negativos en color. Suponen los siguientes cuatro pasos: toma de las fotografías, procesado de la película, edición e impresión, preparación para su uso. Las series fotográficas pueden contener información para: enseñar un trabajo, formar una actitud hacia el estudio individual, se presentada a pequeños grupos, ser exhibida, ser usada en la TV o ser conservada como referencia gráfica.»⁹⁴ Las tomas fotográficas sirven para clases o diaporamas.

Filmación (cine). «La planificación de una película es similar a la de otros materiales audiovisuales; pero en el momento que se carga la cámara y se empieza a filmar, marca una diferencia. Esta diferencia radica en el movimiento. El movimiento es básico para el éxito de un filme, ya esté en el objeto fotografiado o

⁹³ Kemp, Jerrold. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.106

⁹⁴ Íbidem, p.159





Toma fotográfica previa a la labor de secuencia audiovisual (cine)*

*Imágenes obtenidas del sitio www.batmanbegins.com y www.warnermovies.com

sea causado por el movimiento de la cámara al filmar un objeto estático; o finalmente sea creado por la edición. El movimiento da a una película su interés, su ritmo y lo que es su principal característica, el sentido de continuidad, de progresión lógica.⁹⁵

La elaboración de imágenes en el cine se debe a la filmación, el realizar tomas cinematográficas con una cámara especial, siguiendo la secuencia del guión técnico e imprimiéndolas en una cinta especial que registrará veinticuatro cuadros por segundo, es decir, veinticuatro pequeñas imágenes que al ser proyectadas a cierta velocidad equivalen a un segundo de filmación y a un segundo en tiempo de proyección.

2.3.9 Grabación de sonido

Con el proceso de grabación se pretende producir una señal exacta a la del original (la fuente). Las grabaciones inician básicamente con la cinta magnética, la cual puede reproducirse casi inmediatamente; es versátil pues la cinta puede ser borrada y reutilizada para otro proyecto. «La grabación de sonido puede usarse aisladamente como en un disco o cinta y en combinación con materiales visuales, pista de una película, cinta o disco para una filmina o serie de diapositivas o láminas.

La grabación por lo tanto puede ser realizada sobre un disco, una cinta magnética o una pista para sonido óptico. La grabación deberá realizarse cuando la edición de las imágenes está terminada y la narración debidamente revisada y corregida.»⁹⁶ El proceso de grabación se ha desarrollado hasta alcanzar nue-

vas técnicas de registro del sonido alternativas a las técnicas analógicas (sistema en que la potencia de la señal se relaciona con el volumen del sonido original), llegando hasta las técnicas digitales, en éstas la señal analógica se convierte en un código de pulsos, números que corresponden a la amplitud de la forma de onda en cada momento en el tiempo. Hay videograbadoras de cassette que pueden lograr la conversión a sonido digital, además de la grabación en discos, que es el método más conveniente de registro de sonido digital. Los tamaños de disco van desde los 11 cm del disco compacto hasta los 30 cm de los usados para video o discos laser.

La voz grabada como narración debe darse en un tono interesante y comunicativo, lleno de expresión. «El locutor debe estudiar cuidadosamente el guión que debe tener indicaciones sobre dónde poner énfasis, hacer pausas, subir o bajar la voz, meter música, etc. Debe verificarse la pronunciación correcta de los nombres propios o de los términos técnicos, indicando todo esto en el guión de la narración que debe tener todas estas indicaciones marcadas con toda claridad.»⁹⁷

La grabación de música y efectos de sonido debe ser cuidadosa previa selección de los mismos, éstos elemento añaden un toque de realismo y dinamismo al mensaje audiovisual, además de ser por ellos mismos signos que comunican.

* Kemp, 1990a. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.224. *Ibidem*, p.149

* Kemp, 1990a. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.149



2.3.10 Edición y reproducción

La post-producción es la última etapa de la producción del mensaje audiovisual, se refiere a los toques finales que recibe el producto para ser posteriormente comercializado y reproducido. En esta etapa se realizan la edición y la reproducción del mensaje audiovisual. «Cuando se ha terminado la grabación se hace necesaria la edición para corregir o eliminar pequeños defectos en la cinta, añadir cinta para espaciar la narración por medio de pausas o para sustituir y corregir alguna parte de la narración.»⁹⁸ La edición de imágenes consiste en eliminar y ordenar las imágenes de acuerdo al guión y al discurso visual; en la edición de sonido lo más importante es no rellenar espacios y decidir a la hora de cortar, cuál es el sonido más importante sobre cada momento específico del mensaje audiovisual. El proceso de edición justifica el ritmo visual y sonoro del mensaje.

Una señal de audio se graba en formatos de cinta magnética o formatos digitales para su posterior reproducción después de la edición. Se graban alrededor de 4 pistas básicas de audio: el diálogo, los efectos, la narración o voz en off y la música.

«El diálogo es sincrónico al igual que algunos efectos como los golpes; algunos efectos se graban en pistas libres al igual que la voz de un narrador; la música es sincrónica y puede hacerse una grabación especial para ella o ponerla como play back.»⁹⁹ El proceso de reproducción lee las variaciones magnéticas de la cinta grabada o el código binario de la grabación digital y

⁹⁸ Kemp, Jerrold. *Planificación y producción de materiales audiovisuales*. México: Representaciones y servicios de ingeniería, p.153

⁹⁹ Conceptos obtenidos del libro *Manual de edición cinematográfica* de Roger Crittenden. UNAM CUEC, México, D.F. 208 pp: p127-155

éstas se convierten en señales eléctricas. Los principios de grabación y reproducción pueden sintetizarse en dos señales. La señal de entrada que es la que se graba, generada por un micrófono u obtenida de otro aparato con una conexión adecuada para el registro. La señal de salida reproducirá el sonido grabado y puede reproducirse de cuatro maneras; a través de un altavoz, de auriculares, a través de altavoz auxiliar y de un amplificador.¹⁰⁰

2.3.11 Transferencia de un texto a un medio audiovisual

A manera de conclusión de esta parte, vimos que la percepción sonora y visual se prestan mutuamente sus atributos para completar la experiencia audiovisual. En el entendido de que en la actualidad las condiciones económicas y sociales nos presionan como profesionales del diseño a inscribirnos en un manejo productivo, debemos manipular las dos percepciones para controlar con más facilidad los medios y las nuevas tecnologías.

Otra razón para el uso del lenguaje audiovisual es la función social que tiene y la experiencia de las personas con los medios. Como ejemplo inmediato mencionaremos el uso del Internet como medio audiovisual inmerso en las nuevas tecnologías. Si el mensaje audiovisual comienza con una idea primaria, con un texto, podemos considerar que ese mismo texto pueda transferirse fácilmente a un medio audiovisual. En el caso del cine hay una infinidad de ejemplos con las novelas hechas películas, al igual que las telenovelas o las radionovelas.

¹⁰⁰ Conceptos obtenidos del libro *La enseñanza audiovisual*, p.78-79

Now Available
on DVD and Video



From the Creators of **TOY STORY**

Disney · PIXAR

MONSTERS, INC.

Poster representativo de la película Monsters Inc. realizada previo guión. Para más información consultar la página www.disney.go.com

Textos adaptados para convertirse en mensajes audiovisuales que siempre tendrán la interpretación y opinión personal de los productores y directores.

En el caso del presente proyecto, se transfirió el texto de un cuento en mensaje audiovisual convirtiéndolo en narración oral acompañada de imágenes.

Conclusiones de la Segunda Parte

Podemos concluir entonces de esta parte que la ilustración y el diseño editorial son también procesos creativos inscritos en diversas instancias con su propio lenguaje, su función principal es comunicar. En el caso de la ilustración, el resultado o solución visual puede independizarse y convertirse en obra artística, sin embargo, son casos especiales, aquellos trabajos de autor, la ilustración expresa mediante el dibujo y las técnicas visuales y pictóricas todo aquello que quiere decir; puede tener un poco más de libertad compositiva que un diseñador gráfico; sin embargo, el uso de ciertos conceptos de composición otorgan al producto final armonía e impacto visual.

Aunque a veces el ilustrador es considerado como profesional al servicio del diseñador gráfico, la verdad es que sus disciplinas son igualmente importantes y competitivas en el mercado, aunque existan momentos en los que de común acuerdo se logren soluciones visuales excelentes. El diseñador gráfico editorial debe considerar esto para poder aportar las mejores ideas para cualquier edición o publicación.

La ventaja de que las disciplinas se interrelacionen da como resultado productos como la revista *Artes de México*, *Vagón Literario*, *a! Diseño Gráfico*, *Complot* o *Letras Libres*.

El uso del color y de una técnica en la ilustración es fundamental para definir el estilo del ilustrador. Cualquier editor será el encargado de elegir el trabajo de ese ilustrador según su composición, su color y su estilo para lo que la edición requiera.

El desarrollo de una edición involucra desde la concepción de la idea, la evaluación del usuario, hasta el requerimiento de varios profesionales entre ellos los diseñadores gráficos y los ilustradores. Otro aspecto importante de la ilustración es que no es exclusiva para el público infantil sino que puede diversificarse en distintos soportes para diferentes públicos pues sus capacidades comunicativa y expresiva son muy extensas.

El análisis de la ilustración y del diseño editorial nos sirven como antecedente para saber que muchas soluciones gráficas visuales pueden ser multimedia pues requieren de una gran cantidad de profesionales y de las aportaciones de numerosas disciplinas; tal es el caso de los medios audiovisuales en donde se involucran la percepción visual y la sonora, dando como resultado soportes que van dirigidos a dos o a veces a más de nuestros sentidos.

Los medios audiovisuales surgen como resultado de la combinación imagen-sonido. Binomio en primer lugar experimentado por el cine como medio de comunicación masiva, en el cual

se presentaban al audio espectador imágenes en movimiento acompañadas de música, música que servía sólo como eso, como acompañamiento sin ninguna relación audiovisual con lo visto. Con el paso del tiempo el cine, como pilar de los medios audiovisuales, generó una serie de pasos y de conceptos que funcionarían para los nuevos medios de comunicación masiva, casi en su totalidad audiovisuales. Algunos de estos conceptos aplicados básicos son la secuencia audiovisual, la síncretis y principalmente la interacción de las dos percepciones, visual y sonora, de un solo suceso. Interacción que nos permite percibir las imágenes y los sonidos de diferente forma que si estuvieran solos.

La importancia del sonido como elemento fundamental de un suceso audiovisual nos permite analizarlo un poco más, observando sus manifestaciones como la música, la voz y los sonidos del ambiente.

Todas estas manifestaciones nos sirven como recurso para estructurar un soporte audiovisual, concibiéndolo desde la idea (guión), pasando por la elaboración de imágenes (ilustraciones, diseño editorial) hasta su presentación completa como producto (cuento y disco compacto).

Cualquier soporte audiovisual se genera en tres etapas: pre producción, producción y post producción; en el capítulo anterior se hizo una analogía de estas tres etapas aplicándolas al proceso del diseño gráfico. Analogía que nos sirve para entender mejor el proceso de cualquier suceso audiovisual, pensando como un diseño.

En esta tercera parte exploraremos brevemente la percepción de los niños su proceso de creatividad y posteriormente haremos un análisis de los cuentos infantiles y la importancia de los mismos en el proceso de percepción del niño. Por cultura entendemos todo aquello que realiza un grupo social o un individuo para interrelacionarse con sus semejantes, desde su opinión política hasta una manifestación artística. La cultura por supuesto depende del contexto social, económico y geográfico de una comunidad, su historia y su desarrollo tecnológico. Por consiguiente, entendemos por cultura infantil todo aquello que rodea a los niños y la manera en que éstos adquieren todo el conocimiento, el cómo ven su propio mundo. Esto nos sirve como marco teórico para hacer una evaluación del principal receptor de nuestra propuesta.

3.1 La percepción de los niños.

Evidentemente nuestro proceso de percepción es mucho más complejo que el de un niño, el niño está en etapa de desarrollo y está aprendiendo a reconocer los elementos que conforman su mundo, haciendo analogías, iden-

¹ Serrano Barquín, Carolina y Rodríguez Estrada, Mauro. (1995). *Creatividad sensorial*. México: Editorial Pax, pág. 21

² *Ibidem*, p. 22

tificaciones, y cuestionándose la función de las cosas. Digamos que nuestro proceso perceptual va adquiriendo grados de dificultad o niveles de análisis según nuestra experiencia visual, gestual, simbólica y auditiva. «Los adultos hemos perdido la inocencia del ojo, es decir, percibimos más de lo que hay y metemos nuestros esquemas en la realidad y la confundimos con ellos. Aparentemente los niños pequeños son los únicos que ven las cosas como son.»¹

Las diferencias perceptuales están sometidas bajo un contexto referencial que se va ampliando con el tiempo, nos parece evidente que un niño con una experiencia finita de su mundo percibirá su entorno como algo claro, concreto, demasiado real, muy completo. En cambio un adolescente y un adulto, después de aprender las características de las relaciones humanas, imprimirán a sus experiencias su propia opinión, situación que influirá en su percepción del mundo. «Sin necesidad de profundizar, es claro que un mismo cuadro visto por un hombre y por un niño de cinco años, o una música oída por una anciana y por un adolescente son captados con un mundo de diferencias.»²

La percepción en los niños es básicamente utilizada para el enfrentamiento con el exterior, es decir, el aprendizaje y la adaptación al medio. Los procesos de percepción que antes mencionamos, es decir, la percepción visual y sonora son iguales en todos nosotros sin

³ Serrano Barquín, Carolina y Rodríguez Estrada, Mauro. (1995). *Creatividad sensorial*. México: Editorial Pax, pág. 55

⁴ Newman, Barbara. (1986). *Manual de psicología infantil*. México: Editorial Limusa.



importar la edad. El proceso mental nos exige la misma cantidad de esfuerzo, sin embargo esta percepción de la realidad se verá afectada siempre por la cantidad de información que tengamos de los sucesos y el nivel que tengamos de aprendizaje. Una de las maneras en que el niño ve influenciada su percepción y su aprendizaje del mundo es a través de las imágenes. «...la forma visual es diseño, apoyo y definición.»³ Las imágenes ayudan a los niños a definir su entorno, las utilizan para hacer analogías con la realidad y para comprender conceptos difíciles de entender con palabras.

Para entender un poco más la manera en que los niños entienden el mundo podemos analizar brevemente la función de las teorías cognitivas o cognoscitivas, éstas opinan que el modo de interpretación y organización de sucesos de los niños es diferente al de los adultos y «suelen considerar la adquisición de conocimiento como un continuo proceso creativo»⁴ Una de las teorías cognitivas más importantes es la de Jean Piaget «quien considera que existen cuatro etapas fundamentales en el desarrollo intelectual de los niños éstas son: el estadio sensoriomotor, el estadio preoperacional, el de operaciones concretas y el de operaciones formales»⁵.



Periodo	Edad	Características
Sensoriomotor	0-2 años	Reflejos simples Hábitos simples
Pre operacional	2-7 años	Desarrollo del lenguaje Juegos
Operaciones concretas	7-12 años	Desarrollo de habilidades perceptuales y motrices Percepción de sucesos concretos
Operaciones formales	12 años en adelante	Concepto de conservación Concepto de reversibilidad Solución de problemas lógicos con abstracciones Solución de problemas hipotéticos

Esquema del desarrollo infantil propuesto por Jean Piaget



El primer estadio nos interesa pues es en éste donde los niños desarrollan sus sentidos y acción motriz, desarrollan su relación personal con objetos y personas, empiezan a generar esquemas o imágenes mentales de lo que les sucede, se presenta la conducta intencional y se desarrolla la función simbólica, donde el niño puede referirse a un objeto ausente, sabiendo que es y le atribuye significados diferentes.

Gracias a los esquemas generados por los niños en esta etapa, de ser niños motivados tanto visual como auditivamente,

éstos pueden ir adaptándose a su realidad. Debido a esta etapa donde nace la función simbólica, el niño es capaz en la etapa preoperativa de «representar acciones con símbolos, palabras o dibujos sencillos»⁶

La presencia de las imágenes en el aprendizaje adquiere más sentido, pues ahora pueden utilizarse como un medio de representación y de adaptación al mundo. El niño empieza a formar entonces esquemas de lenguaje, imitación, imaginación (fantasía), juego simbólico y dibujo. En la etapa de operaciones

⁶ Newman, Barbara. (1986). *Manual de psicología infantil*. México, Editorial Limusa.

concretas los niños perciben el mundo de manera más desarrollada y pueden utilizar sus esquemas e imágenes mentales para resolver problemas, es cuando se desarrollan la creatividad y la fantasía de manera más compleja.

Estas etapas del desarrollo intelectual infantil nos sirven como referente para saber que desde pequeños, por su necesidad de aprendizaje los niños van adjudicando significados a los objetos e imágenes a su alrededor. Es un proceso que todos los seres humanos realizamos. Es prudente mencionar que los niños que más disfrutaron del audiolibro fueron aquellos entre 7 y doce años, es decir, en la etapa de las operaciones concretas donde ellos pueden ya adjudicar significados a objetos ausentes o a objetos representados en dibujos. Entienden lo que es un dibujo porque ellos ya pueden dibujar y sus procesos de creatividad y fantasía están más desarrollados, es decir, pueden darle más uso a las imágenes y establecer la relación imagen-sonido de mejor manera que los niños más pequeños.

3.2 La creatividad y la fantasía en los niños

El propósito de analizar los procesos de creatividad y fantasía en los niños es el de explicar el porque los niños entre 7 y 12 años son los usuarios que explotarán más la versatilidad de nuestra propuesta.

La creatividad a cualquier nivel es la «capacidad de realizar una producción a la vez novedosa y adaptada.»⁷ Se habla en este sentido de adaptación pues satisface las restricciones de un pro-

⁷ Houdé, Olivier. (2003). *Diario de ciencias cognitivas*. Argentina. Amorrortu editores.

blema, es decir, que puede superar los obstáculos que se presentan para dicha producción. Pensemos también que algo es creativo en relación con algo previamente hecho. Ya sea una idea, una composición musical, una historia o cualquier otra forma de creación será comparada con algo previo.

La creatividad es un atributo humano, que usa como referentes situaciones y producciones previas también humanas. Es una capacidad multidimensional donde intervienen aspectos cognitivos y emocionales.

Por lo tanto la creatividad en los niños está fuertemente ligada a sus conocimientos en experiencias previas y a su necesidad de expresión-aprendizaje. El uso de las imágenes en este proceso motiva su capacidad de expresión y su necesidad de aprendizaje y sobre todo desarrollo más la fantasía. «La fantasía es una forma de pensamiento simbólico. El contenido de este pensamiento no se limita a la esfera de la realidad, pero se puede dirigir a ella»⁸

La fantasía ayuda a los niños a asimilar la realidad en su sistema conceptual, reduce las tensiones, compensa frustraciones y depende del estímulo exterior, el apoyo y la capacidad para identificar sus experiencias internas.

Según Piaget existen tres procesos que realizan todos los niños inscritos en las cuatro etapas antes descritas éstos son: «la generación de esquemas, la adaptación y la asimilación de los esquemas»⁹ El proceso más importante es la generación de esquemas que donde los niños son capaces de «distinguir

⁸ Newman, Barbara. (1986). *Manual de psicología infantil*. México. Editorial Limusa.

⁹ Ídem

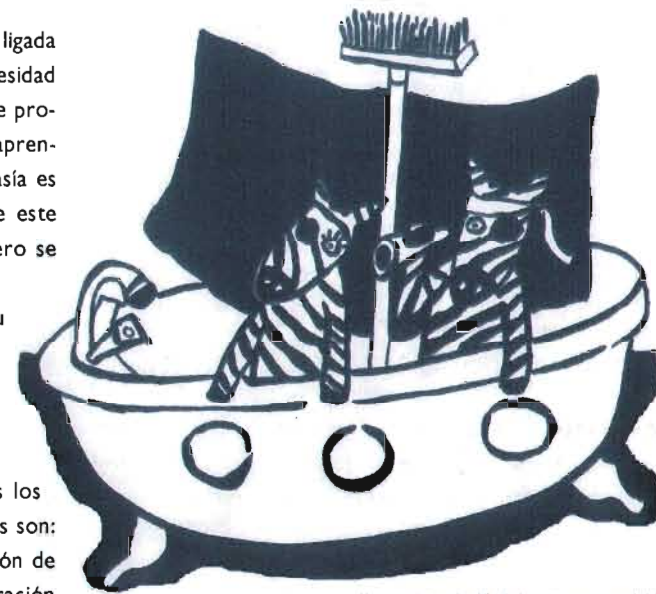


Ilustración de K. Mensing para el libro Bruno, el rezongón



entre los estímulos habituales y los estímulos nuevos, además de almacenar impresiones auditivas y visuales»¹⁰ Debido a estos esquemas generados por las impresiones auditivas y visuales, el niño va construyendo su realidad, según las etapas de Piaget, si los niños generan esquemas de los 0 a los 7 años de edad, es lógico, pensar que posteriormente compararán esos esquemas y los adaptarán a su realidad; entonces construirán nuevos esquemas y los adaptarán gracias a la creatividad y la fantasía.

Se realizó una prueba con 15 niños entre los 6 meses y los 12 años, para definir el parámetro de edad de nuestro usuario. La prueba se realizó llevando a los niños las ilustraciones y leyéndoles el cuento, matizando la voz según el personaje que aparecía en la narración.

Los niños de 6 meses a 2 años de edad se aburrían con la lectura, los más pequeños querían morder las ilustraciones y los de 2 años preferían dibujar o jugar a otra cosa. Los niños entre los 3 y los 5 años de edad disfrutaban más viendo sólo las imágenes o escuchando sólo la narración, observamos también que era más importante la narración oral que las imágenes. Los niños entre 5 y 7 años, disfrutaban más de las imágenes y los niños entre los niños de 7 y los 12 años disfrutaban de la experiencia audiovisual completa.

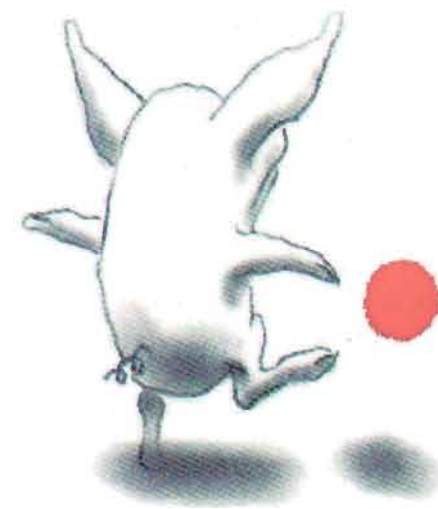
Nuestro audiolibro motiva los procesos de creatividad y fantasía en los niños de 7 a 12 años porque no tiene texto impreso. Como en esa etapa ya puede hacer ciertas abstracciones y

retienen de mejor manera experiencias visuales y auditivas pueden entonces construir un puente entre la imagen vista y la narración escuchada, aunque esto no quiere decir que los demás niños no disfrutaran de alguna parte del audiolibro.

3.3 Importancia del cuento narrado en el aprendizaje del niño

La narración oral es de gran importancia para el aprendizaje del niño. Gracias a ella el niño pequeño, sobre todo entre los dos y los tres años, que aún no aprende a leer. Gracias a la narración oral el niño asume que el libro es un objeto que se contempla y que además tiene un contenido, tiene como función expandir sus conocimientos sobre el mundo, desarrollar los conceptos de tiempo y espacio, enfatizar y diferenciar la función del narrador y del que escucha.

Los niños empiezan a entender simultáneamente el uso de la primera y tercera personas, a identificar la estructura de un texto y a comprender sus relaciones con los demás y con su mundo interno. Los narradores orales a través de la historia han intentado crear o identificarse con los personajes de sus historias para que a su vez los niños puedan hacer lo mismo, y entren en la historia como si la estuvieran viviendo. «El niño lector busca modelos de identificación en los protagonistas de sus cuentos»¹¹ Al identificarse con el personaje protagonista, los niños aprenden a ver el mundo exterior desde diferentes perspectivas y toman ejemplos diversos de aquello que escuchan. «El niño necesita que se le ofrezcan situaciones



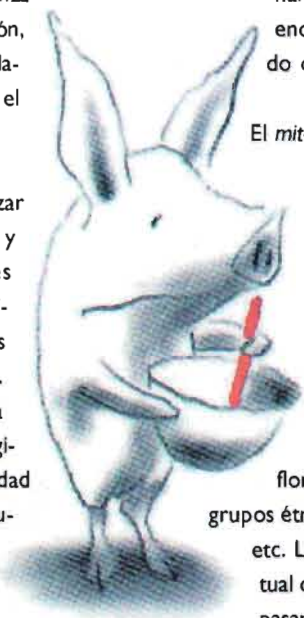
¹⁰ Newman, Barbara. (1986). *Manual de psicología infantil*. México. Editorial Limusa.

¹¹ Gómez del Manzano, Mercedes. *El protagonista niño en la literatura infantil del siglo XX*. España: Narcea S.A. Ediciones, p. 17.

comunicativas propicias para construir mundos posibles, imaginarios, alternativos al mundo convencional de la realidad cotidiana, que sirvan de contrapunto para transgredir y burlar las referencias de lo real.»¹² Estas situaciones comunicativas se presentan como narraciones orales, como imágenes o como actividades que satisfagan su necesidad de expresión.

La narración oral permite al niño empezar a desarrollar su imaginación y establecer relaciones con la realidad y con los adultos, la presentación de imágenes junto a estas narraciones afianza su percepción de la realidad y la diferencia con la ficción, las actividades audiovisuales les permiten también relacionarse con su entorno y utilizar simultáneamente el sentido de la vista y el oído para aprender más.

Para comunicarse con los niños es necesario utilizar elementos innovadores, imágenes, colores, formas y sonidos diversos que estimulen sus capacidades creativas, aquel que haga cualquier proyecto para niños necesita tomar en cuenta la visión de los niños para tal tarea y su manera de conformar el mundo. «Los niños viven una realidad que no captan con la visión del adulto, porque la transfiguran con su imaginación. Si el adulto pretende transmitirles la realidad desde su punto de vista-actitud normal en la literatura no infantil- lo que conseguirá ante el niño sin duda, será provocar una situación de incomunicación y por ende, de desinterés, o incitará indirecta-



mente al niño a que cambie el sentido de su mensaje, en caso de establecerse a pesar de todo, la comunicación.»¹³ Para hacer una breve introducción a los cuentos infantiles y como tienen influencia en la imaginación de los niños debemos establecer qué es un cuento.

3.4 Diferencia entre mito y cuento

«Conocer los mitos es aprender el secreto del origen de las cosas. En otros términos: se aprende no sólo cómo las cosas han llegado a la existencia, sino también dónde encontrarlas y cómo hacerlas reaparecer cuándo desaparecen.» *Mircea Eliade*

El mito o la *leyenda mítica* va de la mano con la magia, expresión de las religiones antiguas, tiene múltiples niveles de lectura: argumental, referencial y simbólico. El nivel argumental nos describe la narrativa de la acción, el referencial nos habla del carácter del suceso y el simbólico de todos los significados escondidos detrás de las palabras. Significados que tienen que ver con ubicaciones geográficas, situaciones mágicas, inventarios de flora y fauna, poderes curativos, identificación de grupos étnicos, relaciones intergrupales, naturaleza viva, etc. Los mitos tienen su origen en la cultura espiritual de los pueblos autóctonos, son narraciones que pasaron de viva voz entre integrantes de un mismo

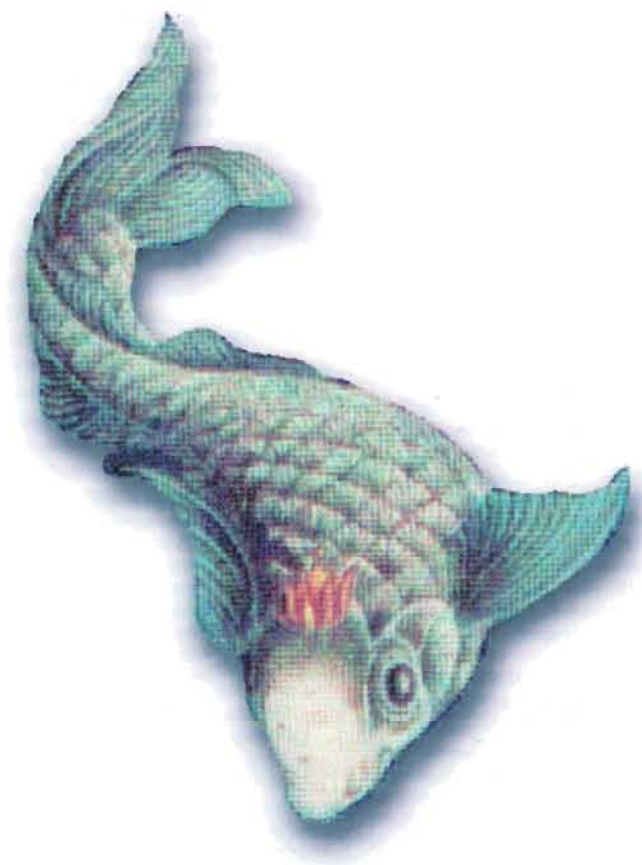


Ilustración de Erol Le Cain para el libro *La hija del mago*



¹² C.Cerrillo, Jaime. (1999). *La literatura infantil y su didáctica*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, p. 90

¹³ Sánchez Corral, Luis. (1995). *Literatura infantil y lenguaje literario*. España: Ediciones Paidós Ibérica, p. 63



grupo étnico y que tenían una carga mágica, etérea con consejos para los integrantes de esa comunidad, referencias sobre su cosmogonía y descripciones de lugares donde personajes como héroes y dioses luchan en un contexto maravilloso. El mito surge como una narración verbal, como una plática de ancianos a niños, tiene elementos religiosos y de poderes sobrenaturales que llevan al niño al aprendizaje de su grupo étnico, además de tener un carácter inmemorial. El mito es comúnmente confundido con el cuento. Existen mitos tan poderosos que terminaron siendo adaptados en cuentos para niños. Sin embargo su esencia es mucho más poderosa que el cuento. «El cuento pertenece al género literario de la narrativa¹⁴ y tiene como base fundamental la tensión sin tregua, de ahí radica su poder de atracción sobre el lector.

«El cuento es un género literario, derivado del lenguaje escrito, tiene una estructura formal singular conocida por los escritores, tiene un inicio, un clímax (generalmente una situación por resolver) y un final, en un tiempo corto»¹⁵, en el caso del cuento infantil, el discurso narrativo, a diferencia de los demás cuentos no permite la descripción extensa de sucesos o personajes. El cuento es algo que se cuenta, casi podría llegar a ser la versión escrita de aquellos mitos milenarios, que percatándose del tiempo de lectura, acortan la estructura para su fácil entendimiento, éste tiene frases ordenadas, comas, puntos y descansos. «Un cuento es una acción dramática completa»¹⁶

¹⁴ Pisanty, Valentina. (1995). *Cómo se lee un cuento popular*. España: Ediciones Paidós Ibérica

¹⁵ conceptos tomados de la revista *Vagón literario*, no.5



Ilustración de Errol Le Cain para el libro *La hija del mago*

¹⁶ Brizuela, Leopoldo. (1993). *Cómo se escribe un cuento*. Argentina: Librería "El Ateneo" Editorial, p.204

Hay dos clases de cuentos, el cuento popular y el cuento literario. «El cuento popular es el que anónimamente se transmite por tradición oral a lo largo del tiempo, en tanto que el cuento literario tiene un autor a quien corresponde plenamente su invención, su creación»¹⁷ De hecho, históricamente hablando, el cuento se origina de los mitos de narración que se pasan de generación en generación. Los Hermanos Grimm en el año de 1812, se encargaron de hacer la recopilación más importante de cuentos populares y narraciones orales transformándolas en cuentos literarios.

El discurso narrativo del cuento le permite a los autores de cuentos infantiles presentar situaciones que puedan entender los niños, con inicio, desarrollo, clímax y fin, con personajes con los que se sientan identificados como antes mencionábamos; razón por la cual muchos niños son protagonistas de cuentos infantiles; quienes viven situaciones en tensión, problemas a resolver o historias donde se descubren cosas nuevas. Esta narrativa le permite al niño ampliar sus conocimientos, establecer relaciones con los adultos y entender su entorno de manera más fácil.

El uso de imágenes en los cuentos infantiles favorece ese discurso narrativo, la historia se presenta de tal forma que el niño pueda identificarse con ella y posteriormente a partir de esas imágenes crear, con su imaginación, una nueva historia. Hablando de este discurso narrativo podemos hablar entonces del cuento ilustrado, del cuento narrado y del cuento ilustrativamente narrado.

¹⁷ Baquero, Mariano. (1998). *¿Qué es la novela, qué es el cuento?*. España: Universidad de Murcia, p. 111

3.5 El cuento ilustrado, el cuento narrado y el cuento ilustrativamente narrado

Empecemos hablando de la narración, ¿qué es la narración?, la narración es principal característica descriptiva de un discurso. «La narración es una realización lingüística mediata que tiene como objeto comunicar a uno o más interlocutores una serie de acontecimiento para hacer participar a los interlocutores de dicho conocimiento, ampliando su contexto pragmático»,¹⁸ En términos generales, narración es el acto de narrar, de contar, de hacer un relato, de describir la sucesión de eventos de manera cronológica y ordenada tomando en cuenta la ambientación temporal y espacial de lo sucedido. Está generalmente dotada de valores calificativos y algunas veces de opiniones subjetivas. La narración se da tanto en el lenguaje oral, como en el lenguaje escrito.

Existen dos formas expresivas del cuento: el cuento ilustrado y el cuento narrado. Los dos tienen como característica la narración. El cuento ilustrado tiene su origen en todas aquellas leyendas del mundo antiguo donde los personajes tenían una fuerte carga expresiva. En todas las culturas del mundo, desde tiempos inmemoriales siempre han existido dos clases de narradores, el narrador oral y el narrador gráfico. El primero con la necesidad de expresarse con la voz, con el cuerpo, con el deseo de hacer contacto visual con los oyentes. El segundo con la necesidad de representar en imágenes toda esa fantasía de la que el primero habla, con su interpretación, estilo y las convenciones gráficas de su comunidad.

¹⁸ García Landa, José Ángel. (1998). *Acción, relato, discurso*. España: Ediciones de la Universidad de Salamanca, p. 259



Ilustración de Ponce para El vagón literario

El cuento ilustrado inicia como un texto fantástico acompañado de imágenes con carácter ornamental hechas a mano. Con el desarrollo de la ilustración, de la tecnología y de los géneros literarios, la condición de las imágenes que *acompañaban* a los textos cambió, su uso adquirió una fuerza narrativa propia, un discurso y un contenido, un mensaje propio. Aquellos encargados de las ilustraciones generan opinión, disponen elementos, dan más información sobre lo leído. El cuento ilustrado es un soporte común en la adquisición del lenguaje oral y escrito.

El cuento narrado tiene sus orígenes en la leyenda y en el mito, aunque suele ser confundido con éste último. El cuento narrado usa el lenguaje oral, esto no quiere decir que el cuento escrito no tenga discurso, ni narración, sólo que este caso en particular siempre se relaciona con la historia contada oralmente.

En la narrativa hay dos vertientes muy usadas por la cultura. El texto narrativo (discurso narrativo) y el acto de narrar oralmente, de leer o decir en voz alta un cuento o una historia.



Como se dijo anteriormente, las imágenes se leen porque se decodifican; por lo tanto igual que un texto escrito las imágenes, en este caso las ilustraciones, pueden narrar, tener un discurso narrativo, contar con formas y colores un suceso o un evento.

El hecho de narrar con ilustraciones o de realizar una edición ilustrativamente narrada consiste en hacer uso de las imágenes para narrar, describir y contar una historia, de una forma más lúdica para los usuarios. Si hablábamos del acto de leer las imágenes, entonces éstas pueden narrar y presentar una historia, podemos leer esa narración de las imágenes, entender el mensaje por medio de formas y colores.

Conclusiones de la tercera parte.

En esta tercera parte concluimos que aquellos niños que se encuentran en el periodo de las operaciones concretas son los usuarios ideales para nuestro audiolibro por que se han desarrollado su capacidad de abstracción y de fantasía, elemento fundamental para percibir un suceso audiovisual.

El proceso de creatividad y de fantasía en los niños les permitirá entonces experimentar este soporte como algo integral, multimedia dejándolos usar su creatividad y su fantasía.

La voz del cuento, es decir, la narradora, juega un papel fundamental en este suceso audiovisual, pues la voz como sonido atrae, nos sentimos identificados con ella.

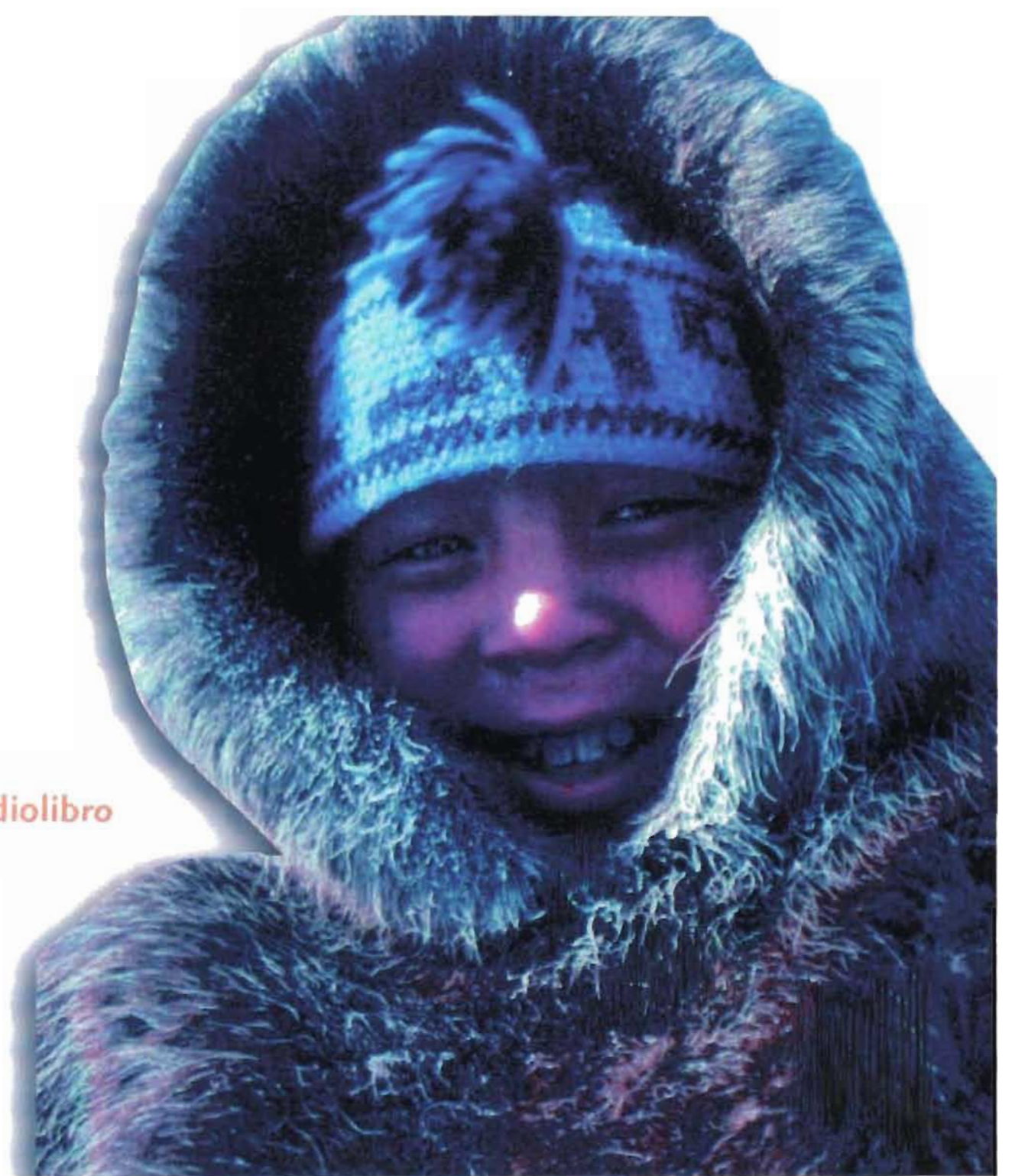
La narración en voz alta, en este caso, contenido en el disco compacto permite a los niños reconocer el papel del narrador y su función para hacer creíble la presencia de los personajes en la historia. Otro elemento importante del audiolibro es que el protagonista es un niño, por lo que los usuarios se sentirán identificados con él.

El propósito de hacer la diferencia entre los mitos y los cuentos nos sirve como marco referencial para poder percibir nuestro soporte como cuento salido de un mito, como cuento con toques míticos sobre todos por los personajes esquemales.

También podemos concluir que haciendo la investigación del género de la narrativa, que incluye al cuento, es posible, establecer una analogía entre la narración como acción, como discurso verbal y la narración como discurso visual y sonoro.

CUARTA PARTE ● ● ● ●

Propuesta. Diseño e ilustración del audiolibro
«El misterioso tambor de Angakok»



Esta cuarta parte desarrolla la propuesta formal del documento retomando conceptos teóricos definidos en la investigación y que se aplican a la propuesta. Haremos un breve análisis de nuestro soporte final, *el audiolibro*, además de referencias sobre el contexto del personaje principal de nuestro audiolibro, *el esquimal* y se definen a su vez los criterios visuales y sonoros que dan forma a la propuesta final, desarrollados en tres etapas preproducción, producción y post producción.

Preproducción

4.1 Audiolibro. Definición de soporte.

Audiolibro

El audiolibro es un texto contenido en cualquier soporte de grabación convencional (cassette, cd), su función es ahorrar al lector el tiempo de la lectura, aprovechando la cualidad de la percepción sonora de ser más rápida que la percepción visual; y sobre todo en el lenguaje escrito. El audiolibro en un principio era un cassette acompañado de un ejemplar de la novela o ensayo impreso, por si se quería recurrir a la lectura en un momento dado. Este formato amplió sus horizontes y no sólo consiste en la lectura de un texto escrito, sino que en compañía de imágenes, se puede hacer la narración de una historia puntualizando cierto aspectos de la misma e incidiendo sobre las imágenes. Muchos de estos libros han sido adaptados para el formato de TV y son generalmente para niños.

El audiolibro surge con la necesidad de difundir textos novelísticos o ensayos para aquel receptor que no tiene suficiente tiempo para dedicarlo a la lectura de libros. El producto se presentaba con un cassette que contenía la narración del texto, además de un ejemplar impreso del mismo.

El audiolibro influye en dos de nuestras percepciones, la sonora y la visual, la edición que acompañaba a la narración grabada era la impresión del texto de la novela o ensayo. Hay ejemplos de audiolibros de novelas de Gabriel García Márquez, Octavio Paz, entre otros. Además de la colección Viva Voz, editada por Difusión Cultural de la UNAM, que cuenta con 50 títulos de audiolibros o narraciones de importantes autores o colaboradores de la UNAM, con un diseño editorial dinámico y claro en formato cuadrado tamaño CD, acompañados de un CD con narraciones grabadas de los textos del libro, hechas por los mismos autores.

Recientemente Disney Co. Sacó a la venta sus audiolibros que tienen como título todas las películas recientes de Disney, entre ellas El Rey León, La Sirenita, entre otros títulos; este soporte consiste en una base de fibra de vidrio en la cual se van insertando estos libros, de manera sintetizada, con ilustraciones y texto, que tienen en cada página un lector que al contacto con la base envía una señal electrónica que produce sonido, la base funciona como aparato reproductor con bocinas que reconoce la narración de cada título al momento de ser insertado en la base. «Una manera de sostener las asociaciones placenteras que tienen los niños con la lectura o con la narración

oral es el prolongar la práctica de la lectura en voz alta e introducir el componente de la literatura interpretada o actuada a través de la lectura oral y los audiolibros»¹

El audiolibro enaltece el acto de narrar en voz alta e incrementa las aptitudes de escucha y de la elaboración de enunciados en los programas de aprendizaje. «El escuchar permite a los estudiantes el absorber textos más allá de su actual habilidad de leer en silencio. Para los preescolares el escuchar es más que un simple entretenimiento, también funciona para desarrollar la habilidad de la escucha y la respuesta al audio tan importante en la escuela. Aumenta el vocabulario y contribuye a la articulación de frases con confianza.»² El acto de leerles a los niños en voz alta facilita la retroalimentación y permite el proceso de comunicación, permite a su vez intercambiar ideas con los niños, entretenerlos y enseñarles nuevos conceptos. El acto de leer y escuchar, gracias al desarrollo de la tecnología, se ha vuelto más complejo, involucra entonces diversos soportes nuevos, soportes audiovisuales.



Palmer, Jean. (1994). *KLIATT Audiobook Guide*. EUA. Librarians Unlimited. p. 5
Ibidem. p. 6

El narrador tiene un papel muy importante en la lectura en voz alta, pues la modulación de su voz según el cuento permite a los niños relacionar a los personajes con determinados sonidos. En los programas de estudios de algunas primarias, secundarias y escuelas preparatorias estadounidenses se implementó el uso de los audiolibros como un elemento primordial en el aprendizaje. Aunque los primeros audiolibros contenían citas de viva voz de algunos maestros y estaban grabados en cassettes, la esencia de su uso consistía en reafirmar la educación audiovisual entre los alumnos. Como hemos observado el escuchar una narración oral, el leer en voz alta o el que nos lean nos permite hacer otra actividad mientras lo hacemos o poner más atención a aquellas imágenes que se nos muestren en referencia a los escuchado, esto en una aula escolar.

La propuesta para este audiolibro consiste en tener un texto narrado en formato digital (cd), acompañado de un libro ilustrado que muestre a los niños el transcurso de la historia en imágenes. La narración o discurso contendrá elementos tanto visuales como sonoros que permitirán al niño relacionar la narración con imágenes; esta relación de texto e imágenes se hará efectiva gracias al ritmo, tiempo y secuencia del texto narrado, además del momento en que se pasen las páginas gracias a una referencia sonora, que en este caso será una campanita o un cilindro de viento.

El producto está dirigido a niños de 6 a 12 años de edad. «Como los niños desarrollan sus facultades mentales a través del cuerpo, todo niño debería ser productor de ritmo y melodía: juegos



Hombre inuí con parka

sonoros, movimientos al son de tal o cual canción, etcétera.»³. La influencia de elementos sonoros en el aprendizaje es muy importante en los niños, de esta manera hacen nuevas referencias con su entorno y nuevas relaciones sociales.

Al año, los niños absorben una cantidad de conocimiento impresionante, es bien sabido que su mayor referencia para el aprendizaje es la visual, además de **que es** entonces cuando comienzan a intentar decir algunas palabras, es decir, es el momento más importante para la adquisición del lenguaje. De los 2 a 4 años de edad, los niños comienzan a construir su propio mundo, es cuando aprenden los conceptos de tiempo y espacio, además de **hacer** analogías entre todo lo que ven, reconocen que hay diferencias entre los objetos y las palabras. De los 4 a los 6 años, los niños empiezan a reafirmar conocimientos de lenguaje verbal y visual, además de que inicia el período de adquisición del lenguaje escrito.

Después de hacer una breve prueba con niños entre 2 y 12 años de edad, llegamos a la conclusión que los niños entre 6 y 12 años son los mejores receptores. Se les mostraron los bocetos (roughs) finales del libro, al mismo tiempo que se les leía el texto del cuento modulando la voz de acuerdo a los personajes y dándole énfasis al momento de clímax del cuento; los niños más pequeños entre 2 y 4 años, se aburrían rápidamente dándole más importancia a la persona que está leyendo el cuento; los niños entre 5 y 7 años ponían atención tanto a la narración como a las imágenes y los niños entre los 8 y los 12 años, hacían incluso sugerencias de más texto en la narración como si quisieran que la historia continuara con más acciones del personaje.

Serrano Barquín, Carolina y Rodríguez Estrada, Mauro. (1995). *Creatividad sensorial*. México: Editorial Pax, p. 61

Esta propuesta está compuesta por dos partes fundamentales, la parte impresa, el libro con las ilustraciones y la parte narrada, grabada en sonido digital, en un disco compacto. El libro no tiene texto impreso pues se hicieron pruebas de composición y notamos que el texto escrito era un elemento redundante en la propuesta, esto también nos permite mucha más libertad de composición en la ilustración, sin dependen de la diagramación típica de una caja tipográfica.

La parte impresa del producto, el libro ilustrado, nos mostrará una serie de imágenes que se relacionan directamente con la narración grabada, sin embargo en ausencia del cd, el niño podrá construir su propia historia a partir de las imágenes, ya sea, tomándolas en secuencia, o creará una historia para cada una. Para escuchar el cd, siempre se valdrá de sus padres, que con la intención de que aprenda más cosas, irá creando junto con el niño otras historias que él mismo inventará.

En ausencia del libro impreso, el niño podrá acudir a su imaginación y dibujar o narrar eso que estuvo oyendo, describirlo, contar de qué trata la historia y practicar su adquisición del lenguaje verbal. El proyecto tiene como premisa el acercar a los niños a otras culturas, otros modos de vida diferentes al suyo, el que conozca otros lugares.

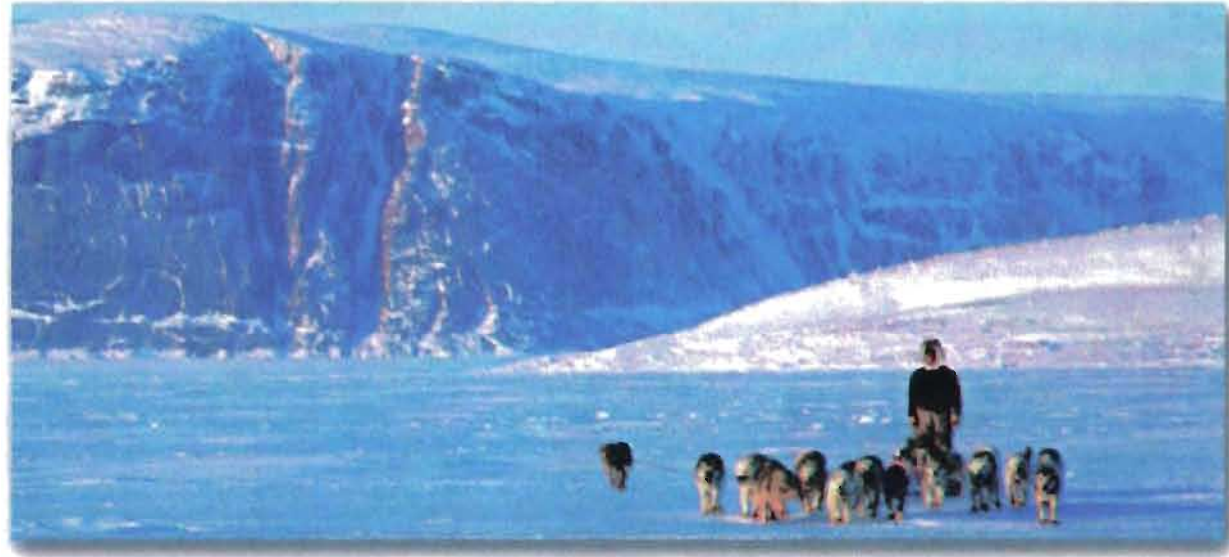
Para la propuesta de este documento, que habla de un cuento de esquimales, con un niño como protagonista, se tomaron referencias geográficas, de vestimenta, además de su arte para ambientar mejor las ilustraciones.

4.2 Contexto socio-económico, ubicación geográfica, costumbres y mitología esquimal

Los esquimales son un pueblo con una cultura milenaria. Ubicándose en toda la parte norte del planeta, desde Alaska, dando toda la vuelta por el ártico, pasando por Groenlandia hasta Siberia, los Inuit (nombre de su raza) han sufrido cambios drásticos en su vida y sus costumbres por la invasión de la cultura occidental y del capitalismo. Sus condiciones de vida actuales varían según la región donde vivan.

Inuit de Alaska.

Los inuit de Alaska son tal vez los que más se han mezclado con la cultura capitalista y occidental, en ese territorio es raro encontrarlos en las zonas heladas. Habitan principalmente la zona del Río Yukon y ocupan las costas del sudoeste de este país. Sus actividades de supervivencia casi no cambian según la región, siguen cazando osos, focas, y caribúes. Comen mucho pescado, sobre todo salmón al que le practican un método de conservación con sal para tener reservas todo el año.



Hombre inuit con sus perros husky en el ártico



Los primeros inuit usaban la carne, la piel, la grasa y los huesos de los animales arriba mencionados para su supervivencia, es bien conocida la manera en que los inuit visten utilizando las pieles de estos animales para hacer sus famosas *parkas* y sus botas.

Todos los inuit tienen actividades que tenían que ver en un principio con su religión y su cosmogonía, sin embargo, con el paso de los años estas mismas actividades que sólo se limitaban a compartir un significado interno, ahora se han convertido en una manera de que los demás los conozcan y entiendan sus costumbres. Es decir, los inuit al principio hacían esculturas, dibujos y bordados (actividad principal de las mujeres esquimales), para sus fiestas religiosas o con algún significado especial para el grupo o las familias; ahora estas mismas representaciones han sido generadas para sí mismas, por el simple gusto de hacerlas. Por la admiración del arte decorativo.

Los inuit del Yukon comparten algunas costumbres con los habitantes de ciudades como Anchorage, comercian con el salmón y trabajan el jade para conseguir dinero, sus comunidades están cerca de ciudades importantes comercialmente hablando como Fairbanks donde hacen transacciones, venden y compran. Sus condiciones realmente no son tan difíciles como aquellos de Canadá o incluso de Siberia.

En el sentido del reloj, periodista inuit del National Geographic en un iglú en temporada de cacería, niño en kayak, mujer inuit.

Inuit de Canadá.

Las costumbres de este grupo son casi iguales a las de aquellos habitantes de Alaska, sin embargo han tenido un poco más de



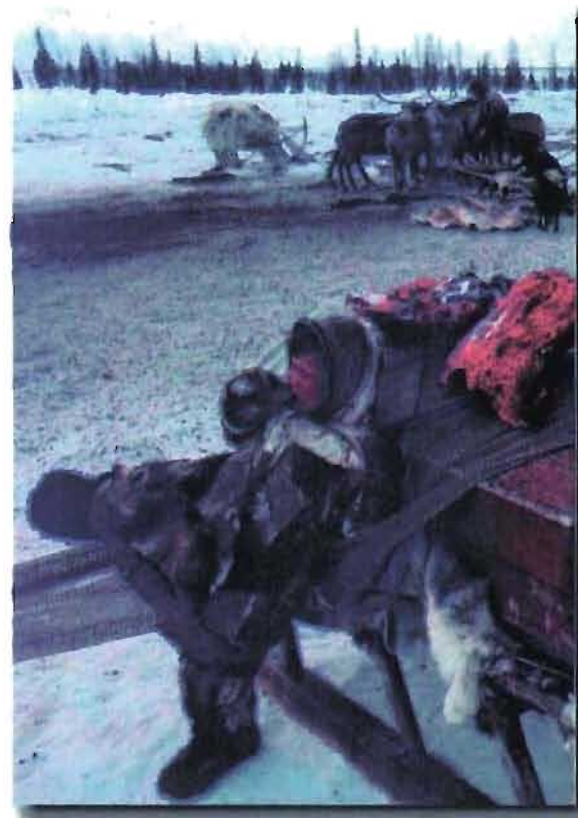
Mujer nenet de siberia con su hijo en brazos.

recursos. El gobierno canadiense ayudaba económicamente a este grupo a través de un proyecto llamada *Welfare*, el welfare proporciona determinada cantidad de dinero a aquellos habitantes de Canadá desempleados, sin ninguna actividad lucrativa ni manera de sobrevivir. El welfare ayudó muchos años a estos inuit, sin embargo ésto mismo generó un cambio drástico en su sociedad, sobre todo en su juventud, los muchachos antes acostumbrados a cazar para sobrevivir, de repente ven que pueden recibir dinero sin tener que trabajar. Según los ancianos de las familias, esto les despertó la codicia. Hay un alto índice de violencia, delincuencia y suicidio en los jóvenes dentro de este grupo.

A partir de 1999, el gobierno canadiense retiró el apoyo económico que les daba, debido al nuevo gobierno de descentralización, se decidió devolverles las tierras del norte a los inuit. Territorio llamado *Nunavut* (que quiere decir *nuestra tierra*) para que reintegraran de nuevo actividades por y para ellos mismos sin el welfare, y aunque el cambio fue bueno por que obtuvieron independencia, ahora se dan cuenta que necesitan el apoyo económico del gobierno aunque conserven sus costumbres y sus actividades cotidianas. Los inuit de Canadá se dedican a la caza y a la pesca, persiguen osos y utilizan las pieles para objetos personales.

Nenets de Siberia.

Los nenets de Siberia son un caso especial, son los que mejor han sabido adaptarse al mundo moderno sin perder sus costumbres. El gobierno comunista los proveyó de unas pequeñas



Día de cacería de caribú.

casas para que vivieran ahí resguardándose del frío, les dio comida y sustento, sin embargo los nenets no perdieron nunca sus objetivos de vida. Después de la caída del comunismo, los nenets se dividieron en dos grupos, los que conservaron aquello proporcionado por el gobierno comunista y los que continuaron con sus costumbres de pueblo del norte. Los nenets de Siberia son los mejores cazadores de todos los grupos esquimales, se dedican a llevar a pastar y acompañar a rebaños enteros de caribúes a través de todo el territorio siberiano. Bajan en verano y suben en invierno. Acompañados siempre de sus perros husky y sus trineos, los nenets cohabitan perfectamente bien con la naturaleza, también cazan osos y focas. Hay una costumbre muy vieja que es la de comer la foca cruda.

Creencias y costumbres religiosas

Las representaciones artísticas en el pueblo inuit y nenet han estado siempre relacionadas con su religión y sus creencias. Aunque son un pueblo reservado en cuanto a sus costumbres religiosas, ha habido algunos exploradores que han tenido oportunidad de conservar con esquimales que relatan sus historias con agrado y comentan sobre



Inukshuk. Espíritu protector en piedra que indica lugares de refugio, comida y agua.



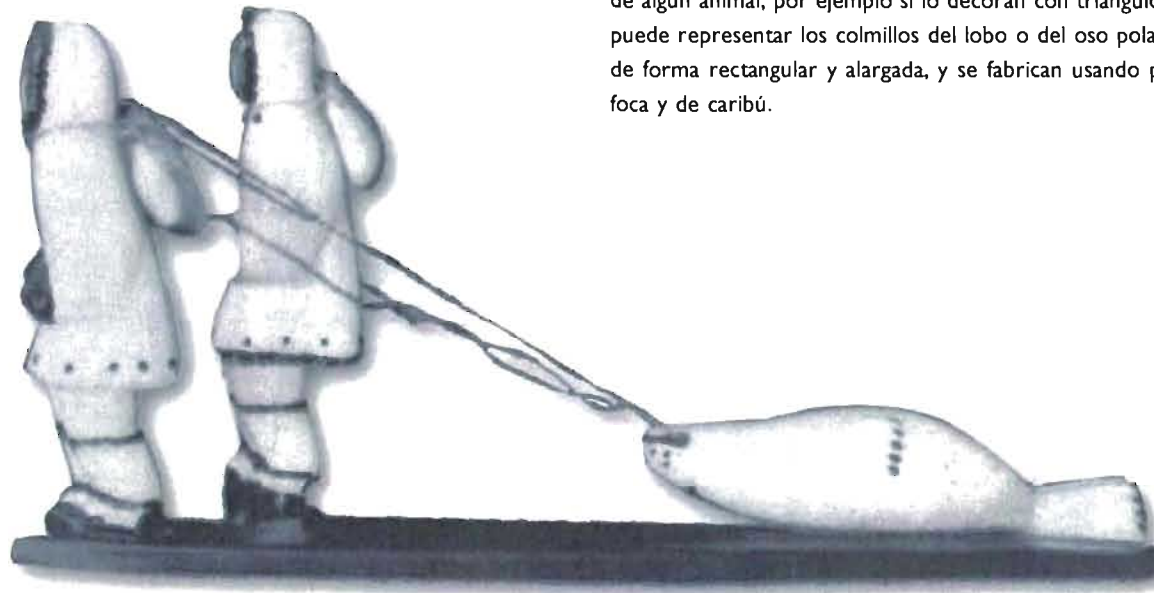
su admiración a la naturaleza y a la magia. El personaje principal en la vida de los esquimales es el shamán; su papel oscila entre ser sacerdote, mago, sabio y curandero del grupo. Los shamanes dan consejos, hacen los rituales, son los únicos que pueden estar en contacto con los espíritus de la naturaleza y acercar a los jóvenes a los misterios de la magia. Los shamanes gozan de una especie de aura protectora que tiene que ver siempre con un animal, un espíritu poderoso y superior que los lleva de ida y vuelta al mundo de los espíritus, con cada shamán cambia el

animal, para algunos es el oso polar, para otros el águila, para otros el caribú, para otros el lobo, etc. Existen representaciones escultóricas sobre estos espíritus y generalmente éstas pueden sufrir una combinación de dos o tres animales, un poco como los alebrijes mexicanos. Pueden tener cabeza de ballena y cuerpo de caribú, o cuerpo de lobo y cabeza de salmón, etc. Los shamanes siempre usan máscaras en las danzas y en los rituales religiosos, de ahí su importancia. El respeto a todos los ancianos y a los shamanes es algo que los jóvenes inuit, sobre todo los cazadores tienen presente desde niños. Eso los hace nobles y fuertes y mejores cazadores.

Los inuit y nenets tienen creencias que se relacionan con el amor y respeto a la naturaleza pues de ella viven, creencias sobre los espíritus que rigen el cielo, la tierra y el agua. Tienen que tener contentos a éstos pues les proporcionan el alimento. A veces el espíritu del cielo y el de la tierra se pelean y hay que hacer una danza para que se reconcilien y todo continúe en armonía. Gozan de una creencia parecida al ying y yang chinos, pero representados por dos shamanes, el shamán bueno y el shamán malo.

Hay incluso una danza en donde estos shamanes se pelean bailando y usando máscaras que representan el poder de cada uno. Alaban en sus cantos al caribú, al oso y a los shamanes. A la juventud, a la fuerza, a la familia, a la buena caza y a su hábitat.

El tambor juega un papel muy importante en las ceremonias religiosas, está siempre presente en las fiestas y ritos, de hecho es el que ayuda al shamán a conectarse con el mundo de los espíritus, es el que lo guía a través del sonido por el camino de la magia. Los tambores pueden estar decorados con diversas figuras y tener elementos que representen características de algún animal, por ejemplo si lo decoran con triángulo, esto puede representar los colmillos del lobo o del oso polar. Son de forma rectangular y alargada, y se fabrican usando piel de foca y de caribú.



Izquierda, inuit en teppi con tambores. Derecha, escultura en hueso de cazadores de focas





CAZA Y PESCA

Para cazar, los inuit usan a los perros husky que olfatean dónde puede haber focas y osos, además de usarlos para jalar los trineos que los llevan a través de las zonas heladas. Cazan osos polares, focas, los de Alaska; caribúes, y alguna que otra ballena. Utilizan casi todo de los animales para sus herramientas, su vestimenta y su alimento. Usan las pieles para vestimenta y para cubrir las casas temporales (parecidos a los tepis de los nativos americanos) en forma de triángulo, que construyen cuando llevan a sus rebaños de caribúes al norte. La carne los alimenta, los huesos los usan para herramientas de caza o de pesca y para utensilios con que esculpir y bordar.

ARTE RELIGIOSO

Las representaciones artísticas de los inuit y nenets tienen que ver con sus creencias religiosas. Por ejemplo, las máscaras se utilizan sobre todo por los shamanes para los rituales, los esquimales siempre están haciendo máscaras, incluso hacen máscaras que representan los espíritus de las ballenas o de las focas. Estas máscaras son generalmente de madera.

Todo aquello elaborado con madera tiene que ver con los rituales religiosos. En cuanto a la *escultura*, la elaboración de figurillas es muy importante, hacen figurillas de marfil (colmillos de foca, morsa o ballena) que son generalmente representaciones de alguna escena cotidiana o de alguna persona querida, o incluso algún juguete, los esquimales imitan en eso a los



Cuchillos para carne adornados con figuras.

chinos, elaboran muchas muñecas de marfil a las que cubren con pieles y les ponen aplicaciones de pelo real. La fabricación de *amuletos* es muy común entre los esquimales, éstos son entregados por los shamanes para tener buena caza o protección de algún animal. Las herramientas de caza eran generalmente elaboradas por huesos de ballena, como éstos son tan largos los utilizaban como tablillas en donde dibujaban escenas de caza, de pesca o de rituales religiosos. El *bordado* también es muy importante en la cultura esquimal, como los roles de género están muy definidos, los hombres se dedican a esculpir y las mujeres son expertas bordadoras. Son las que cortan y cosen la piel para hacer parkas y botas, a veces las parkas las adornan con figurillas de cazadores o de animales, usando pedazos de otras pieles, generando un diseño interesante. También bordan telas con figuras representativas, animales y eventos. Hay ejemplos actuales de esta maravilla de bordado como en la comunidad de Baker Lake, Canadá; donde las mujeres se dedican a hacer tapices con fieltros de colores para alabar su cultura.

Los inuit han llegado a un punto en el que su *arte utilitario*, al principio dedicadas solamente a la religión, se han trasladado a ser *arte por el arte*. Muchas personas cercanas a la cultura esquimal han dedicado últimamente sus esfuerzos a difundir el arte esquimal alrededor del mundo.

La expresión del arte de Alaska no sólo es prodigiosa y variada sino también realiza con una técnica perfecta. Las mujeres cosían diseños delicados de piel de animal y pez en patrones hechos para parkas y mukluks. Los hombres tallaban figurillas de



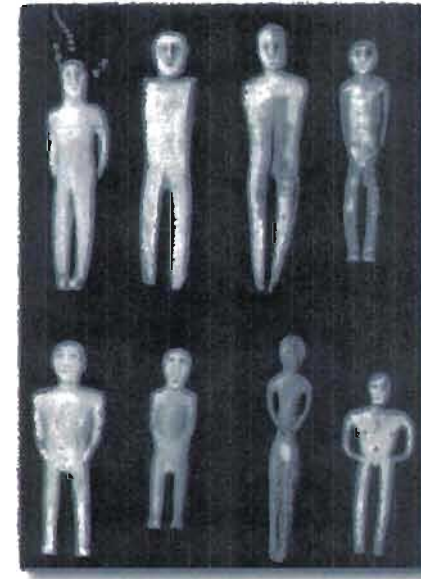
En el sentido de las manecillas del reloj: muñecos de tela y hueso, anillo para telas adornado, talismán y escultura en hueso de pescador inuit.



animales poniendo atención en los más pequeños detalles de su anatomía, hechos en viejo marfil o jade. El marfil y la talla en madera era trabajo de los hombres, coser era para las mujeres, aunque una mujer podía hacer una talla en madera, utensilio o alguna herramienta para cortar piel si tenía la necesidad. Las mujeres eran también shamanes, pero no confeccionaban sus propias máscaras. El significado de todo aquello que llaman su arte no era al principio compartido por toda la comunidad, trabajaban de forma subjetiva sin compartir su interpretación con nadie. Dependía del otro darle significado a aquello que estaba viendo.



Extrema izquierda, muñeca para niñas hecha con retazos de pieles y tela; centro, figura moderna de madera; extrema derecha, talismanes y amuletos de hueso, madera y jade.



Los objetos hechos por los esquimales como su arte utilitario se dividen en: máscaras, objetos esculpidos de madera y marfil, implementos y armas de madera y marfil, contenedores y remos de madera, marfil tallado (especialmente escenas en dos dimensiones), productos de piel además piezas variadas en piedra y hueso. Una gran parte de las figuras realizadas por los inuit son representaciones de personas y animales, hechos en forma de amuletos o juguetes. No es fácil identificar entre los figurines hechos para actos religiosos y los juguetes; generalmente los objetos de marfil eran juguetes y aquellos hechos de madera eran amuletos y fetiches de las ceremonias religiosas.

Objetos de madera

La madera es el material mayormente usado para uso shamanístico y ceremonias religiosas. Es un material ligero que permite el uso cotidiano, además de su versatilidad para la expresión artística. Los objetos principales para las ceremonias eran las máscaras y las esculturas de hombres. La realización de estos objetos estaba concentrada en la mayor parte en las aldeas que se desarrollaron por la poda de árboles. Las prácticas ceremoniales evocaban a los animales cazados y la audiencia se aseguraba de relatar esas historias, ya fuera en narración oral, con el baile y los títeres.

Máscaras

Una de las maneras en que el shamán organizaba su experiencia, que conjuntaban hombre, espíritus y animales era fabricando máscaras. Como para los inuit casi cada cosa inanimada y viva poseía un espíritu, que podía ser usado por un esquimal como espíritu tutelar o guía. Muchas de las máscaras eran casi en su totalidad una representación de esos espíritus protectores de cada inuit, generalmente un animal o ave. Los esquimales del área sur esculpían su



inua o aspecto humano en bajo relieve en forma de rostro. Los esquimales del norte combinaban apariencia animal y humana. Estos figurines eran sus amuletos, sus protecciones espirituales. Muchas máscaras eran también reflejos de sus sueños o de sus viajes al mundo espiritual.

Las máscaras se usaban generalmente en ceremonias que involucraban danzas y cantos, aunque los shamanes las llevan de uso diario para invocar su poder hacia la buena cacería, el buen clima y la salud.



Extrema izquierda, máscara de madera para hombre; centro, representación en hueso de un personaje mitológico; extrema derecha, representación del monstruo gigante de los inuit.





La escultura del oso polar, la representación en piedra más reconocida de las esculturas inuit.

Escultura

Los esquimales integraron sus conceptos artísticos en utensilios de uso cotidiano, el propósito de la escultura en madera es algo indefinido, lo que si se sabe es que terminada una escultura, según la escena, el animal o el personaje que representara, era utilizada como amuleto, adorno doméstico o por mera narración de un suceso. Se sabe por ejemplo que algunas figuras de ballenas o focas eran utilizadas por el shamán para evocar sus espíritus, otros figuras de hombres en escenas de la vida cotidiana solían ser usados como amuletos antes de viajar en kayak, antes de cazar o antes de recibir al espíritu tutelar. Otras figuras eran usadas como juguetes, existen muchas muestras como ésta, en donde casi cada padre de familia le hacía una figura a sus hijas, como muñecas, con incrustaciones de pelo y vestidas con pantalones y pequeñas parkas de piel. Tenemos por ejemplo las *qologogoloq*, figuras que representaban ancestros, escenas mágicas del pasado o de la historia inuit; y los *pogok* que conmemoraban cierto evento en específico. Estas figuras eran quemadas en algún lugar cerca del recinto ceremonial.

MARFIL Y OTROS MEDIOS

Talismanes y amuletos

El marfil de la morsa está relacionado con los esquimales por su alta durabilidad, su origen único y las grandes cantidades de este material que han sido recolectadas de los



Figura en marfil de grulla nórdica y escultura en hueso de cazador sobre plataforma.

viejos sitios arqueológicos. Además de su uso para muñecas y objetos de función cotidiana, el marfil estuvo usado extensamente para talismanes y amuletos, los cuales tenían un uso particular respectivamente. Un talismán influenciaba a un animal cazado o dirigía el destino con el poder inherente a talismán; el amuleto en cambio, era un objeto más personal, se usaba como protección contra los malos espíritus o traía a la vida cierto tipo de suerte como buena salud, riqueza o amor, como cada amuleto tenía un uso específico, era común ver a las personas usando muchos de ellos.

Los inuit generalmente recibían amuletos desde niños, de una persona mayor. Los más importantes conocidos hasta el momento eran aquellos usados para la caza de ballenas. Los amuletos pasaban de generación en generación e imponían ciertos tabúes en la alimentación. Por ejemplo, si una persona hacía un amuleto de un animal de mar, dejaba de comer alimentos de la tierra por una estación y viceversa.

Los talismanes no sólo representar personas o animales, sino podían ser objetos a los que ellos les aportaban un valor significativo, como por ejemplo, pequeñas campanas. Los amuletos antropomorfos se colgaban en el cuello, o en la parte de atrás de la espalda entre los omoplatos, también podía cosérseles a la vestimenta o tener una especie de saquito especial. Los talismanes de casa se colgaban cerca de una lámpara o al lado de la salida del humo en las casas. Aquellos colgados en casas de los shamanes eran los más poderosos.



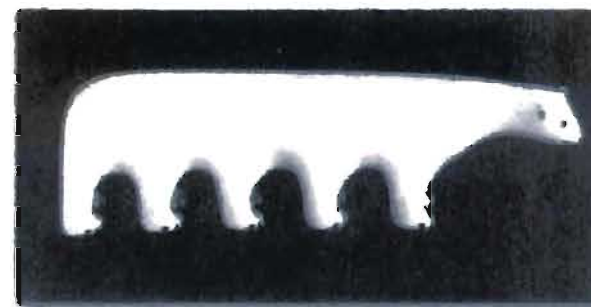
Las muñecas de marfil y madera se usaban para terminar el hambre o para inducir un parto. Algunas tenían como fin aportar fertilidad a una pareja. Algunos talismanes guiaban a los cazadores para seguir a sus presas, guiaban sus lanzas para dar golpes certeros y los protegían en el viaje de regreso a la aldea.

Cadenas

Las cadenas hechas de marfil eran tanto objetos ceremoniales como adornos en utensilios caseros. Muchas de ellas las usaron los esquimales rusos en trajes ceremoniales religiosos. Los esquimales de Alaska las usaban como asas para cubetas o agarraderas para cualquier otro objeto, éstas tenían formas animales como las ballenas o los narvales (ballenas pequeñas dotadas de poderes especiales con un cuerno). Las cadenas más usadas eran aquellas que se colgaban para el rito de la caza de la ballena.

Criaturas mitológicas

En casi todas las expediciones al ártico, se han encontrado objetos y esculturas de las llamadas criaturas mitológicas. Estas no podían transformarse en seres humanos como los animales y

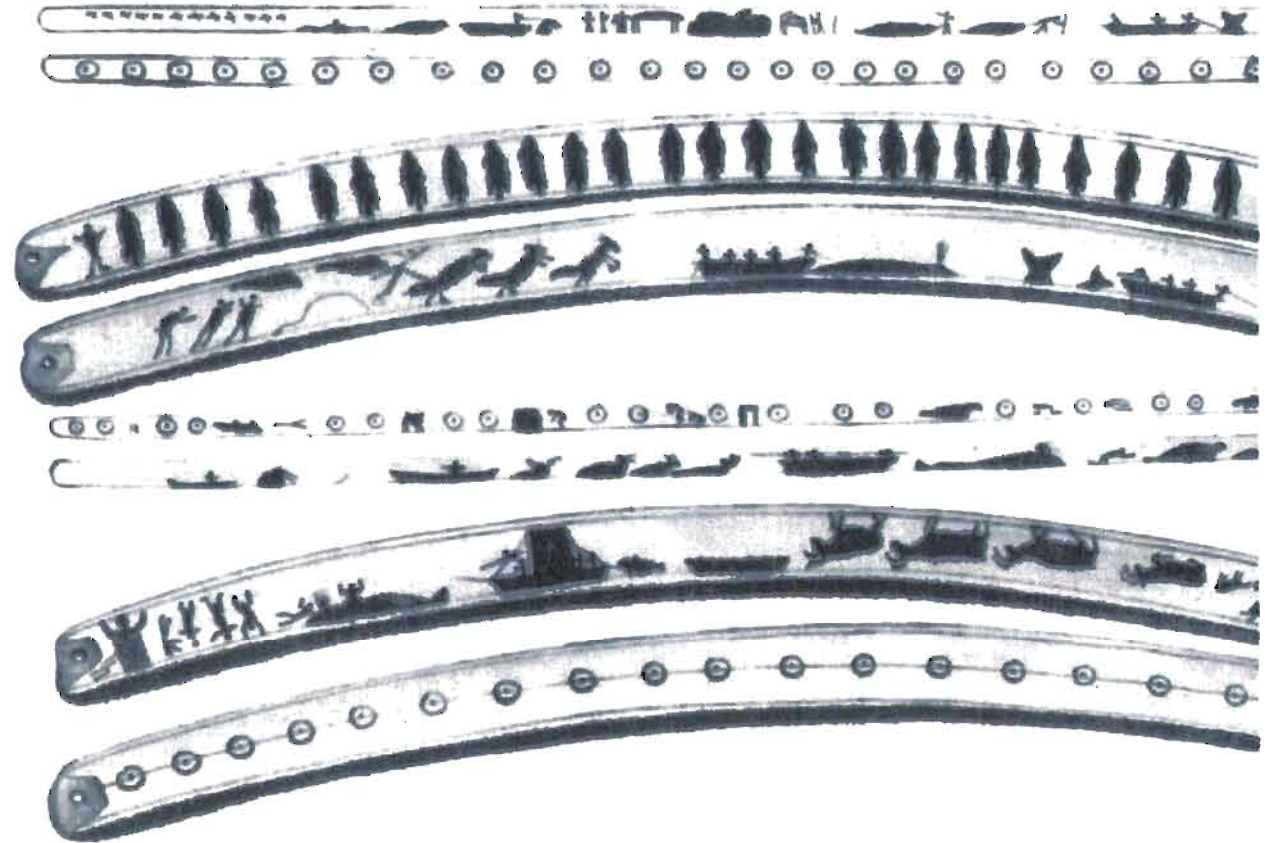


Izquierda, cadena de madera con ballenas; sobre estas líneas figuras de hueso con un oso polar y el gran oso polar de diez patas, figura mitológica inuit.

tampoco eran espíritus. Tenían formas raras incluyendo gigantes y enanos. Algunos vivían con los suyos y otros eran una especie de rareza en una comunidad. Hacia el siglo XIX, eran tallados como imágenes en piedra y marfil. Uno de los gigantes de Nuwuk era el superhombre *Kaióasu*, quien podía cargar una ballena en cada mano, otro gigantes era *Kikámigo*, a quien representaban en las paletas de danza.

Otro ser mitológico tallado fue un oso polar gigante con diez patas, llamado *kokigiak*. Otro ser era la oruga o dragón llamado *tirisuk*, esta criatura tenía grandes atributos de poder. Todos los marineros le temían, porque se supone tenía una especie de sensores como patas que percibían cuando navegaba un kayak o un barco, el *tirisuk* se enojaba y volteaba las embarcaciones al agua. Un águila gigante *tingmiakpuk* ha sido una favorita en el arte tradicional y en el arte actual, su poder era inmenso, podía cargar con su pico toneladas de carne de foca y habitaba en un nido gigante en los *Montes Kigluak*. Este animal de grandes dimensiones proporcionaba al pueblo inuit toda suerte de regalos como canciones, danzas y valentía.

El *paltraiyuk* era un ser entre cocodrilo y ser humano que comía gente. También había en su mitología *sirenas* y *hombres rorsa*. Todos estos seres mitológicos tienen su referente en la tradición oral y en la historia del pueblo inuit. Casi todos han tenido encuentros con cazadores y niños. Según las observaciones de los más recientes antropólogos, los inuit manejan que aquellos seres fueron exterminados gracias a un héroe supremo que también es parte de su mitología.



Arcos para flecha de madera adornados con escenas cotidianas.



PINTURA Y GRABADO

En todo el territorio inuit se han encontrado de pintura en madera y marfil con escenas de la vida cotidiana. Esta tradición nació por el gusto de la pintura corporal y facial para ritos ceremoniales. En algunas zonas la pintura de platos, cucharas, *kayaks* y *umiaks* tenía una función ceremonial. Las muestras de pintura corporal cambiaban según el área, por ejemplo, en la ceremonia para caza de ballena llamada *suglut*, los hombres se pintaban una línea delgada de cada lado de la nariz y una línea horizontal gruesa en cada lado de la boca, las mujeres se pintaban una línea en el lado derecho de la cara y una línea horizontal en el lado izquierdo de la nariz. También se dibujaban aves en el pecho y en la espalda. Las escenas en los *kayaks* representaban a hombres cazando ballenas, aventando lanzas a las focas o cazando a un caribú con arco y flecha.

El tatuaje también era una expresión pictórica, surgió para diferenciar a los hombres de las mujeres en la época de guerra y se quedó como una tradición ornamental.

Durante el siglo XIX, predominó una variedad de diseños simbólicos y geométricos que se reflejaban en las pinturas corporales, en los tatuajes y en los grabados de *kayaks* o *umiaks*. El grabado en marfil fue desarrollado en una peculiar forma artística en vasijas y pipas. También se colocaban grabados en forma de cabezas de lanza u objetos ceremoniales. En grabado en marfil puede ser dividido en tres estilos: viejo grabado, grabado modificado, pictórico occidental y pictórico modificado.



Muñeco para vestir con su parka mini hecha de retazos de pieles y telas.

El viejo grabado fue usado en vasijas y asas de bolsas de mano. El grabado modificado se usaba en las pipas. El pictórico occidental era un imitación de las ilustraciones impresas y el pictórico modificado es un cambio contemporáneo del viejo estilo pictórico.

El grabado evolucionó como representación. Al principio los grabadores lograban grandes efectos de movimiento con pocos elementos gráficos, es decir, cuerpos humanos muy esquemáticos, líneas muy sencillas, trazos con mucha fluidez, etc. Con el paso del tiempo los esquimales añadieron detalles a sus representaciones artísticas, desde la escultura hasta la pintura. Utilizando por ejemplo aceites de animales mezclados con plantas para dar sensaciones de profundidad y claroscuro en los dibujos. Además de la madera y el marfil, los esquimales usan otros materiales como las plumas, el jade e incluso la nieve para hacer dibujos.

COSTURA

La costura es una tradición muy importante entre los esquimales de todo el norte. Son de los primeros pueblos que desde la historia confeccionaban sus prendas a manera de sastres, esto quiere decir, que cada prenda está hecha especialmente para el cuerpo de cada individuo. Según algunas anotaciones de expedición, la apariencia para los esquimales es muy importante. Los hombres usaban el cabello corto o largo pero muy bien cuidado, se adornaban la cara con pintura, y se colgaban sus amuletos. Usaban pantalones de color para las ceremonias y pantalones *crudos* para el diario, tenían más de una prenda, se



cambiaban varias veces durante el día para presumir sus diseños con los demás; además del material que usaban por el despiadado clima de invierno, éstos explotaban las pieles para que sus prendas fueran los más hermosas posibles. Tenían también varios pares de botas para todo tipo de ocasión, desde una ceremonia religiosa hasta un nacimiento. Las mujeres en cambio, se peinaban haciéndose trenzas alrededor de las orejas adornados con pedacitos de piel de caribú. Se tatuaban y usaban las botas más bonitas. Tenían diferentes estilos de parkas; parkas para la caza, para la lluvia (hecha de vísceras) calzones y botas, incluso un traje completo, como de buzo, para meter las

redes de pesca al agua. También había varias clases de botas, confeccionadas a la medida del usuario, así las teníamos altas, cortas o a prueba de agua.

La parka era el principal vehículo de ornamentación y cambiaba su diseño según la región. Para las chaquetas usaban piel de venado, caribú, oso, marmota y nutria. Las gorras de las mismas eran de piel que al final, o en el hueco de la cara tenían un pedazo de piel de caribú donde se colocaba pelo de lobo. Las parkas podían ser largas hasta los talones o cortas hasta la rodilla. Además de ser ornamentadas con incisiones o tintas.



Izquierda, parka para fiesta; sobre estas líneas, dos ejemplos de canastas hechas con raíces con adornos en marfil.



CESTERÍA

Por medio de la cestería, las mujeres confeccionaban bolsas y contenedores para guardar la ropa con plumaje de ave y piel de foca, además de que con tallos de algunas plantas hacían canastas para recolectar moras. Las canastas podían ser muy altas o pequeñas según su uso, eran adornadas con pedazos de piel, hilos o figurines. Las técnicas de cestería cambiaban según la región y pasaban de usar el material es una especie de trenza de dos lados hasta hacer técnicas mixtas, con otro trabajo del hilo o material y usando materiales varios.



Sobre estas líneas, peine de madera con rostro de espíritu protector, niño inuit adentro de un teppi ; derecha, escultura de foca en piedra.

MÚSICA

Es difícil encontrar referentes musicales de los inuit, los sonidos contenidos en su repertorio son algunos rituales y otros provienen del juego, éstos tienen una gran carga significativa para el grupo, de tal manera que no hay grabaciones comerciales al respecto. Uno de los sonidos más representativos de la cultura inuit es aquel que hacen las mujeres con la garganta, parecido al que hacen las mujeres orientales pero en tono más grave. Este sonido proviene de un juego o como dicen ellos, competencia entre dos mujeres; en ella hay una líder y una seguidora, la líder imitará con la garganta sonidos de la naturaleza, del ambiente o de algún objeto o herramienta, la seguidora intentará acoplarse a los sonidos que hace la líder, teniendo así una especie de forcejeo oral por medio de sus gargantas, la intención de la competencia o juego es alcanzar entre las dos el mismo tono e imitar lo mejor posible al elemento u objeto



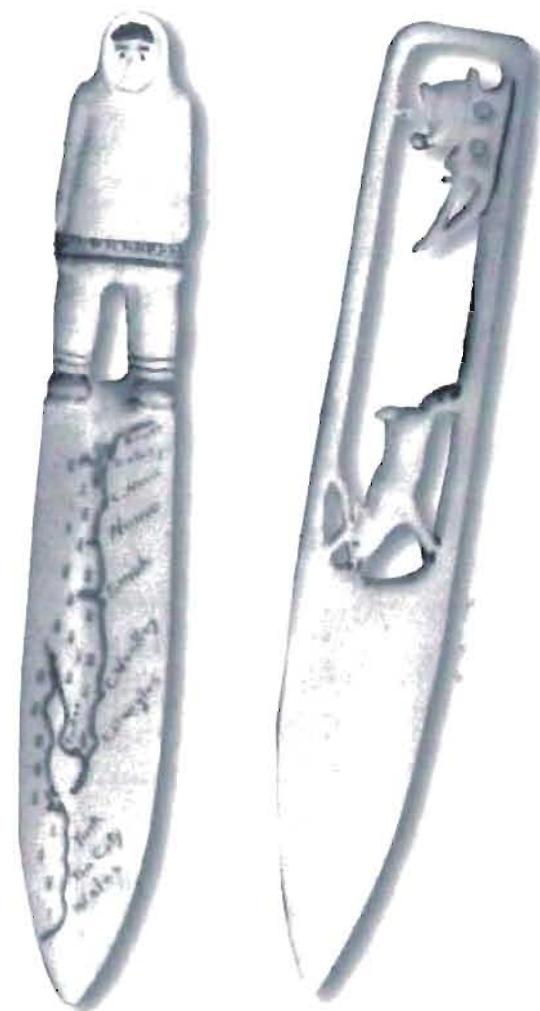


Sobre estas líneas, caja de madera con tapa en forma de morsa; derecha, cuchillos de marfil.

en cuestión. El instrumento ritual más conocido es el tambor, hay dos clases de tambor, el tambor clásico de base, con cuatro patas (muy antiguo) o el tambor de sol o *sundrum* parecido a un pandero sin cascabeles, este instrumento se toca con baquetas cortas cubiertas en la punta con piel de foca u oso. Este tambor es el utilizado en las danzas, la manera de tocarlo es girándolo sobre su propio eje para usar la baqueta en los dos lados del tambor, no sólo se toca en su centro sino también en el soporte de madera, parecido a un aro para bordar, para producir sonidos un poco más agudos y de menor duración. Estas danzas con tambor suelen ser acompañados de cantos masculinos que siguen el ritmo del instrumento.

El idioma oficial de los inuit es el *inuqtitut*, utilizando tres vocales *a, o, i*; como lenguaje verbal el inuqtitut es algo fuerte, especialmente cuando se nota la ausencia de la *e* y la *u*, y podríamos decir que es casi ideográfico. Además del sonido del idioma, su escritura es especial ya que sus signos son parecidos a algunas escrituras orientales como la rusa o la griega. Aunque su alfabeto no sea considera como artístico, tiene una gran riqueza visual y formal; las vocales por ejemplo, son sustituidas por triángulos en tres diferentes direcciones y las consonantes simples, llamadas también *pequeñas letras* se indican como una especie de índice al final de la palabra. El idioma *inuqtitut* es generalmente traducido al inglés ya que las comunidades inuit usan también el inglés como idioma oficial en ciertos lugares o para encontrar trabajo en las comunidades del sur o en grandes ciudades.*

* información obtenida de: www.tk.ca. *The inuit booklet*. Eskimo art y en entrevistas con jóvenes inuit (Emily Potlerk, Emily Karpik y David Ioanasi) de tres comunidades diferentes del ártico.



4.4 Criterios visuales: formales, tipográficos y cromáticos.

Dentro de los criterios visuales de la propuesta se encuentran, los criterios formales éstos son, diagramación del libro y composición de las ilustraciones; criterios tipográficos, de la portada, portadilla, página legal, colofón y contraportada pues hay elementos tipográficos; y criterios cromáticos, aplicación de técnica y color en las ilustraciones.

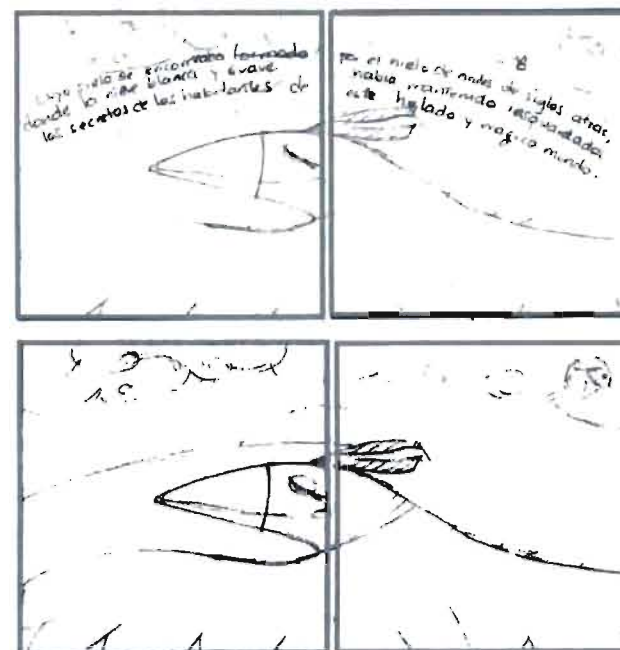
4.4.1 Procesos de bocetaje I y II

Como vimos anteriormente que el diseño gráfico es un proceso donde se involucran varios pasos, uno de ellos es el investigar o leer sobre el tema a tratar, a diseñar. En este caso ya tenemos las referencias de los esquimales e hicimos una investigación sobre los libros infantiles y los audiolibros. Nuestro siguiente paso es el proceso de bocetaje, donde se vacían las ideas que proyectarán nuestro diseño, son las ideas preliminares. La propuesta inicial del audiolibro consistía en usar un soporte de 13 x 15 cms. que hiciera referencia al empaque de cualquier disco compacto, la historia se desarrollaba a lo largo de 48 ilustraciones que cubrían el total de las páginas del libro. Los procesos de bocetaje aquí descritos muestran el cambio en algunas intenciones y composición de las ilustraciones. Colocamos los bocetos frente a frente para hacer una comparativa directa entre uno y otro proceso. El primer proceso consistió en hacer los bocetos de las ilustraciones con simulación de texto; en el segundo proceso se simuló el texto con tipografía escrita en una camisa de albanene que cubría las ilustraciones, de esta manera podíamos ver como lucían las imágenes con texto y sin texto.

Para poder apreciar más el cambio de la primer propuesta a la propuesta final, colocamos los dos procesos de bocetaje previos a la propuesta final donde el discurso visual se extiende al describir casi todas las acciones de la historia en la ilustraciones. Se hizo un cambio tanto en el discurso narrativo del cuento como en el discurso visual del audiolibro. El primer cuento describía demasiadas acciones, se sintetizó la historia y se sintetizó el número de ilustraciones en la propuesta final.

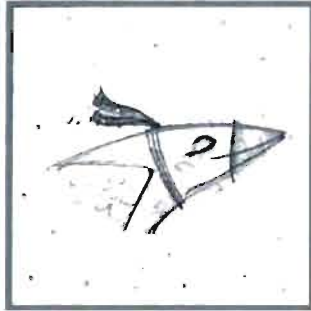
Esta primer propuesta presentaba un formato de 13 x 15 cms. con 48 ilustraciones. El discurso visual se hacía tedioso para los niños, pues parecía un cuento interminable. Si la ilustración puede narrar a veces más cosas que el texto, entonces era necesario hacer imágenes que tuvieran un discurso narrativo con más riqueza visual aprovechando todas las acciones que presentaba el texto.

Estos dos procesos de bocetaje muestran la misma propuesta con ciertos cambios de composición en las ilustraciones y de intención en los personajes que beneficiaran al discurso narrativo del cuento. Las ilustraciones debían narrar mejor la historia que la historia misma narrada en el cd. Al usar camisas de albanene con tipografía notamos que el uso de la tipografía era redundante por el soporte mismo, ya que contábamos con la historia narrada en el cd. Eso nos permitía más libertad de composición en el espacio formato y el hacer ilustraciones que tuvieran un discurso con mucha más riqueza visual y más completas. No era tampoco necesario hacer tantas imágenes ni describir todas las acciones del cuento.



Ejemplo de uso de la camisa de albanene con simulación de texto y sin simulación de texto.

Proceso de bocetaje I



El misterioso tambor de Angakok. En estos procesos de bocetaje presentamos el guión literario previo a los cambios finales. El discurso visual narra y describe casi en su totalidad las acciones del discurso. Presentamos entonces el diálogo de cada acción a manera de primer storyboard del proyecto.

Instrucciones y viñeta de portadilla.



Narrador: «Estaba ahí... un gigantesco y majestuoso lugar»

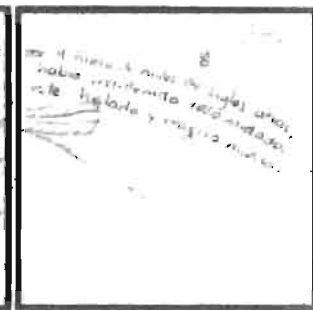
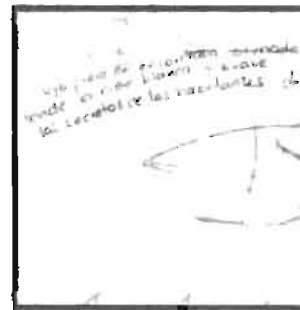
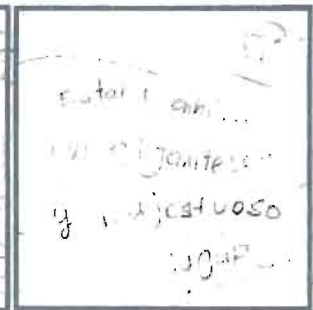
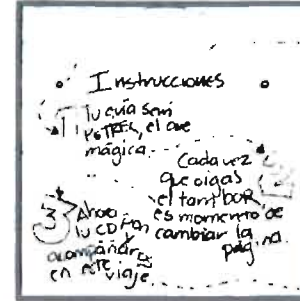
Imagen: Vemos una toma en contrapicado de los árboles del bosque glacial y la tipografía jugando con el viento que mece los árboles.



Narrador: «cuyo suelo se encontraba formado por el hielo de miles de siglos atrás, donde la nieve blanca y suave había mantenido resguardados los secretos de los habitantes de este helado y mágico mundo».

Imagen: Como el Petrel es nuestro guía, tendremos una pequeña viñeta en el extremo superior derecho de nuestra página. Y además en la ilustración nos está mostrando desde el cielo como se ve el horizonte de nuestro contexto geográfico.

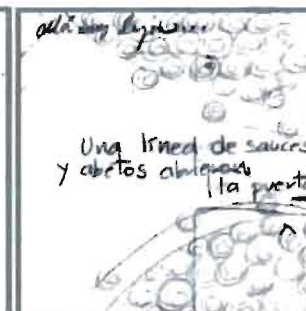
Proceso de bocetaje II





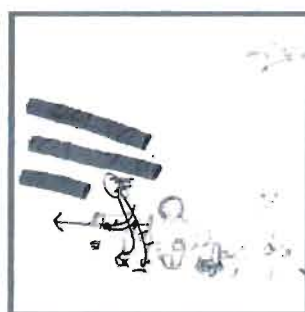
Narrador: «Desde Alaska hasta Groenlandia, allá muy lejos, una línea de sauces y abetos abrieron la puerta»

Imagen: El Petrel da la vuelta al mundo junto con la tipografía y en la otra página la tipografía nos da la sensación de hacer camino por los abetos.



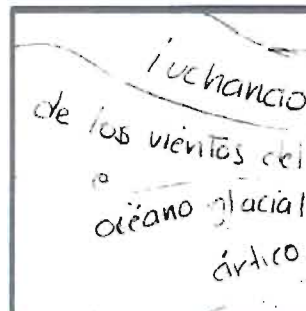
Narrador: «para conocer a muchas familias que siempre viajan unidas»

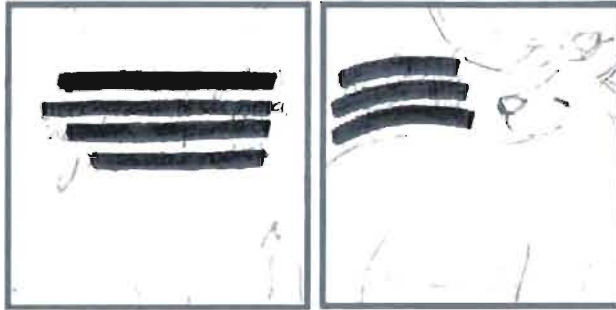
Imagen: Sólo vemos las huellas de las familias caminando hacia el horizonte seguidas por un perro husky.



Narrador: « luchando con la furia de los vientos del océano glacial ártico».

Imagen: Ahora vemos a las familias caminar contra el viento glacial y la tipografía creativa acompaña al ritmo del viento.





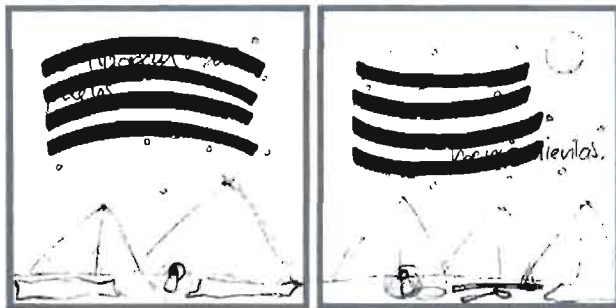
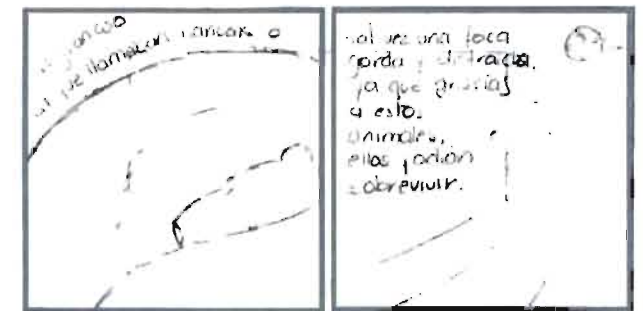
Narrador: «Un día, diez cazadores acechaban a su presa, habían esperado por varias noches la aparición de un gran caribú»

Imagen: Vemos algunos cazadores de espaldas al espectador y al caribú cerca de ellos.



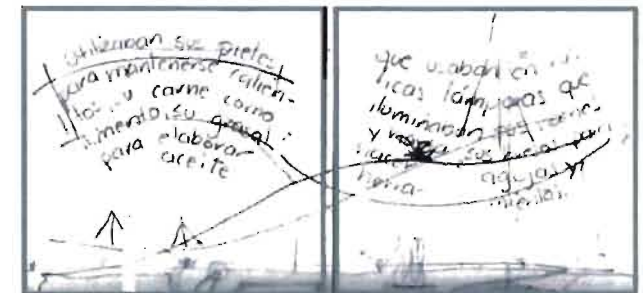
Narrador: «un gran oso al que llamaban nanook o tal vez una foca gorda y distraída, ya que gracias a la existencia de esos animales ellos podían sobrevivir»

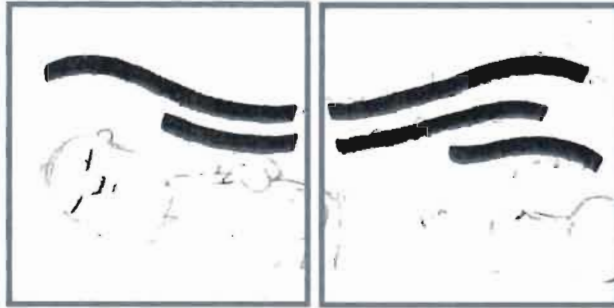
Imagen: Vemos una toma de un oso polar y de una foca, posibles presas de los cazadores. La composición del oso polar se conservó para el proceso de bocetaje de la propuesta final.



Narrador: «pues utilizaban sus pieles para mantenerse calientitos, su carne como alimento, su grasa para elaborar aceite que usaban en rústicas lámparas que iluminaban sus noches y hasta sus huesos para hacer agujas y herramientas.»

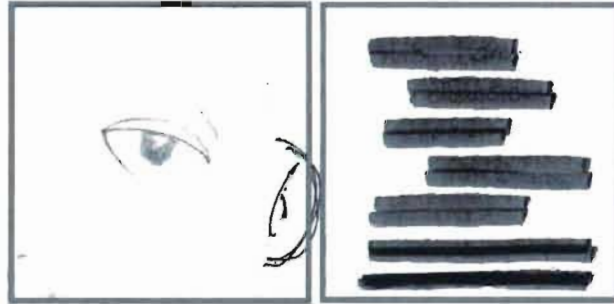
Imagen: Aquí vemos el campamento temporal de los esquimales y la tipografía que acompaña al campamento describiendo la acción.





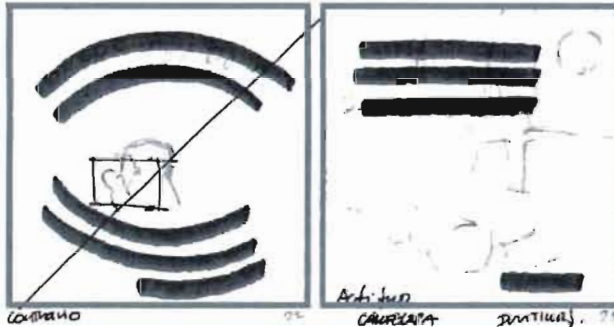
Narrador: «Inuk se encontraba descansando, abrigado con su parka, una chaqueta con capucha confeccionada por su mamá con sus propias manos, cuando de repente...»

Imagen: Se hace la presentación del protagonista, aprovechamos la extensión de la dos páginas para hacer una ilustración extendida. La tipografía enfatiza el ritmo de las curvas de Inuk.



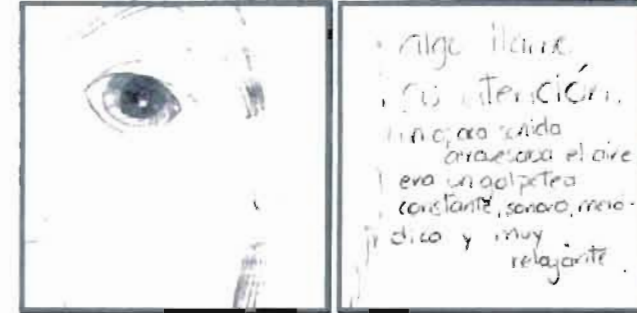
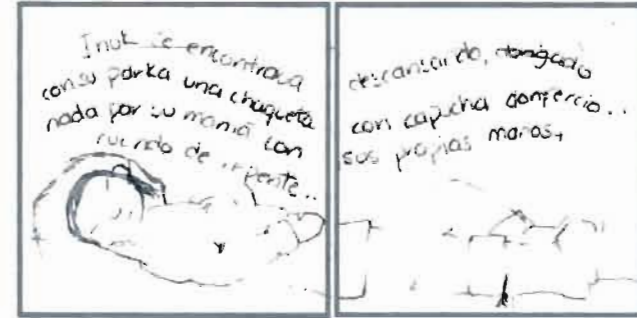
Narrador: «algo llamó su atención, un opaco sonido atravesaba el aire, era un golpeteo constante, sonoro, melódico y muy relajante.»

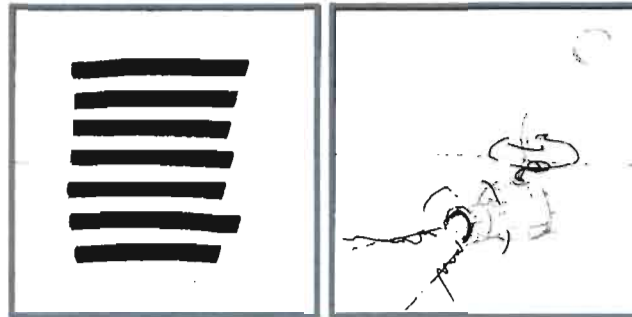
Imagen: Hacemos un close up de Inuk enfatizando la intención de su sorpresa al escuchar aquel sonido.



Narrador: «en voz muy baja alertó a los demás y observaron con mucho interés un pequeño iglú, una casa de nieve a la que cautelosos se dirigieron hundiendo sus gruesas botas a cada paso.»

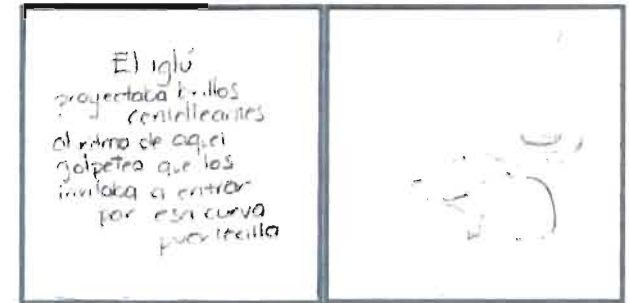
Imagen: Haciendo una sincronía con el sonido, hacemos un encuadre pequeño dentro del plano haciendo referencia al volumen de la voz de Inuk para alertar a los demás, como si fuera un secreto. Se observa también un acercamiento a las botas de los cazadores enfatizando su movimiento en la nieve.



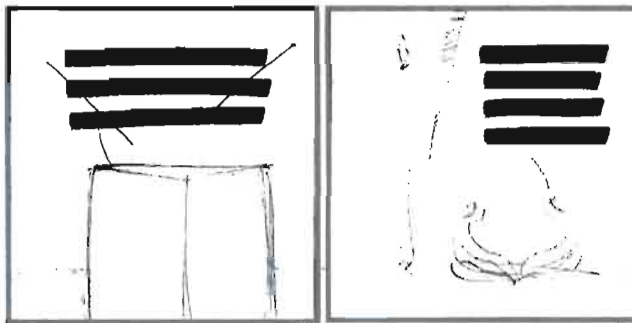


Narrador: «El iglú proyectaba brillos centelleantes al ritmo de aquel golpeteo, que los invitaba a entrar por esa curva puertecilla.»

Imagen: El iglú proyecta líneas concéntricas que están en sincronía con el sonido del tambor, como si fuera el eco de ese sonido que reverbera en el ambiente.

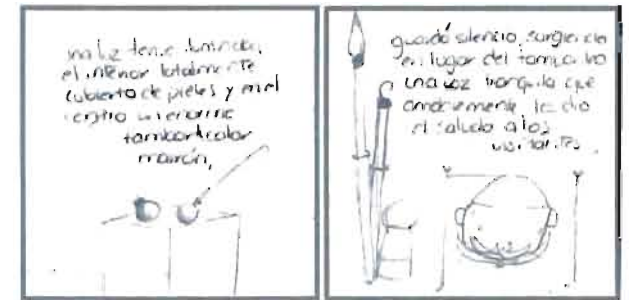


El iglú proyectaba brillos centelleantes al ritmo de aquel golpeteo que los invitaba a entrar por esa curva puertecilla.



Narrador: «Una luz tenue iluminaba el interior cubierto totalmente de pieles y en el centro un enorme tambor color marrón, guardó silencio, surgiendo en lugar del tamborileo una voz tranquila que amablemente les dio el saludo a los visitantes.»

Imagen: Se hace la presentación del tambor, protagonista también del cuento y se ambienta el espacio dentro del iglú.



Una luz tenue iluminaba el interior totalmente cubierto de pieles y en el centro un enorme tambor color marrón.

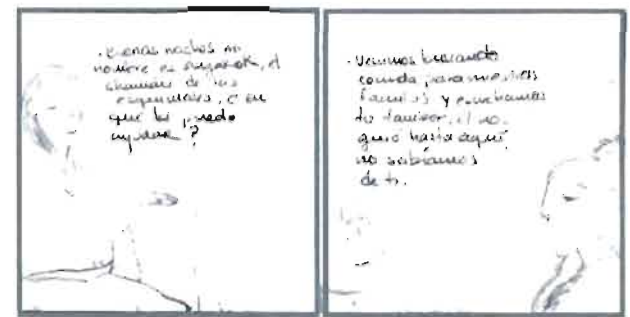
Guardó silencio, surgiendo en su lugar del tamborileo una voz tranquila que amablemente les dio el saludo a los visitantes.



Angakok: Buenas noches, mi nombre es Angakok, el shamán de los esquimales ¿ en qué les puedo ayudar?

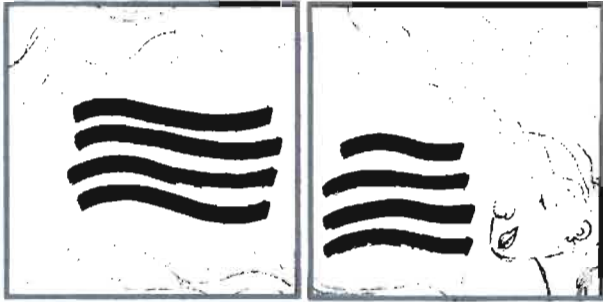
Cazadores: Venimos buscando comida para nuestras familias y escuchamos tu tambor, él nos guió hasta aquí, no sabíamos de ti.

Imagen: En estos bocetos ya podemos ver cambios significativos en la dirección y la caracterización de los personajes.



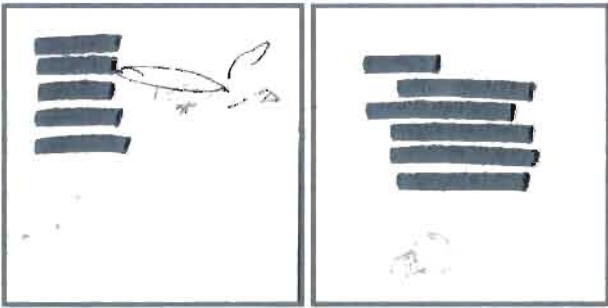
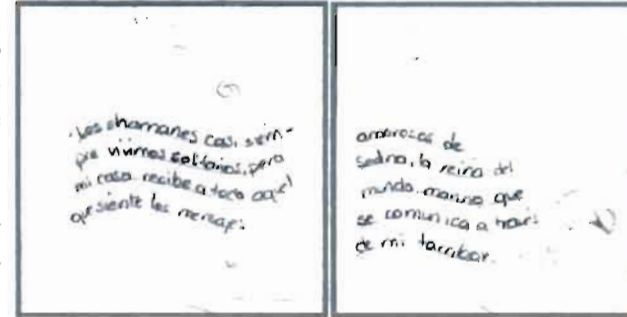
Buenas noches mi nombre es Angakok, el shamán de los esquimales, ¿ en qué les puedo ayudar?

Venimos buscando comida para nuestras familias y escuchamos tu tambor, él nos guió hasta aquí, no sabíamos de ti.



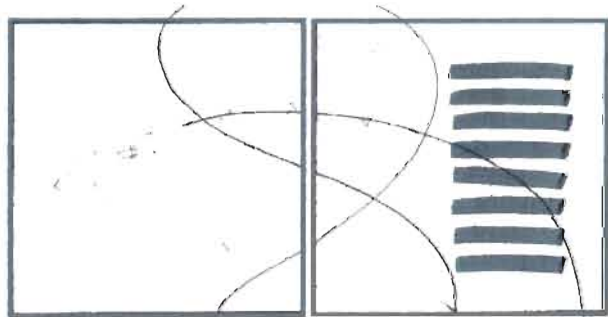
Narrador: «Los shamanes casi siempre vivimos solitarios, pero mi casa recibe a todo el que siente los mensajes amorosos de Sedna, la reina del mundo marino que se comunica a través de mi viejo tambor».

Imagen: Vemos una imagen de Sedna y su cabello que se extiende en todo el formato extendido. La tipografía juega con las curvas del cabello de la diosa.



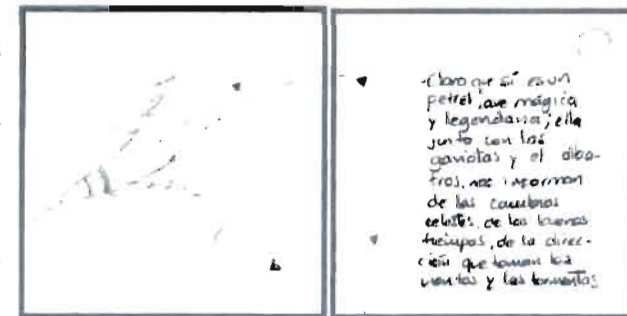
Cazadores: «Es curioso, nunca habíamos llegado a esta zona, pero hace días se presentó un ave preciosa que no dejó de volar sobre nuestras casas hasta que partimos de cacería y nos acompañó todo el tiempo de la travesía, ¿la conoces?»

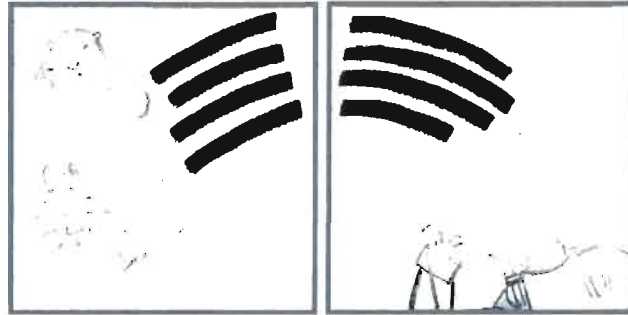
Imagen. Vemos al Petrel volando sobre la aldea esquimal haciendo un recorrido hasta el iglú donde vive Angakok.



Narrador: Claro que sí, es un petrel, ave mágica y legendaria; ella junto con las gaviotas y el albatros nos informan de los cambios celestes, de los buenos tiempos, de la dirección que toman los vientos y las tormentas.

Imagen: El petrel marca su trayectoria en el espacio en contrapicada dando la sensación de que viaja mucho, de que siempre está volando.

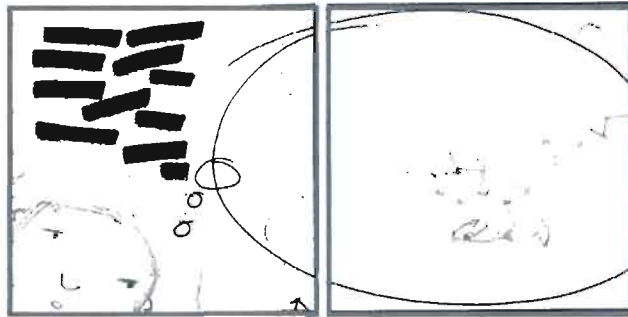




Inuk: «Y usted señor Angakok ... ¿hace magia?»

Angakok: «Todos los seres hacemos magia, pero algunos lo saben y lo dominan, otros no quieren darse cuenta.. Hay magia en las grandiosas ballenas, cachalotes y orcas, en las belugas, narvales y morsas. Dime Inuk, ¿tu haces magia?»

Imagen: Vemos a Inuk preguntando a Angakok que está dándonos la espalda. Esta actitud del shamán no funcionaría para la propuesta final por ser confusa para los niños.



Inuk: «Pues.....no sé.....bueno, creo que sí, hace poco nuestros perros husky estaban tan cansados que ya no querían seguir tirando del trineo, debíamos continuar o moriríamos con las botas puestas»

Imagen: Inuk describe su anécdota al shamán e imagina como fueron las cosas.



Inuk: «así es que traté de calmarme, acaricié sus peludas cabezas frías y solamente les hablé, muchos no me creyeron decían que estaba loco, pero yo sé que ellos me entendieron, se levantaron y siguieron el camino.»

Imagen: Inuk sigue narrando su anécdota y vemos como se acerca a sus perros para platicarles.



- y usted señor Angakok ¿hace magia?

Todos los seres hacemos magia, pero algunos lo saben y lo dominan otros no quieren darse cuenta. Hay magia en las grandiosas ballenas cachalotes. Y orcas, en las belugas, narvales y morsas. Dime Inuk ¿tu haces magia?



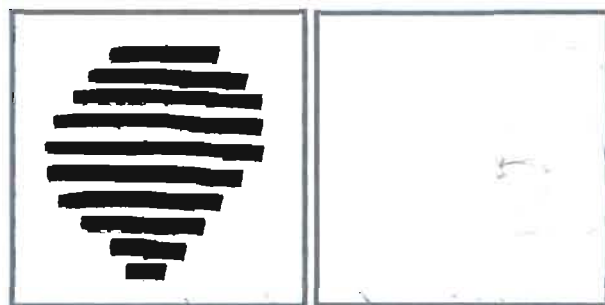
¿no sé... bueno... creo que sí, hace poco nuestros perros husky estaban tan cansados que ya no querían seguir tirando del trineo.

debíamos continuar o moriríamos con las botas puestas.



así que traté de calmarme, acaricié sus peludas cabezas frías y solamente les hablé, muchos no me creyeron decían que estaba loco.

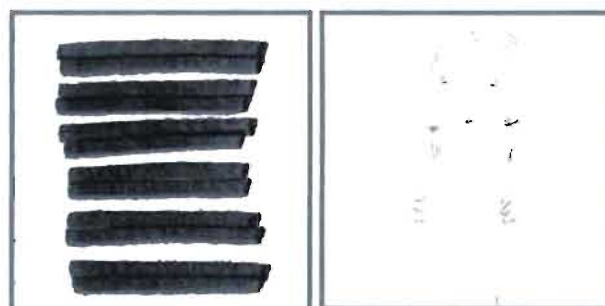
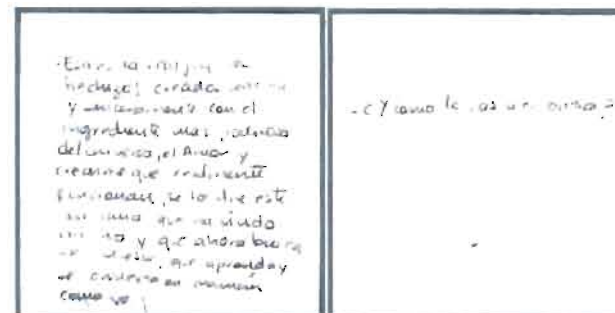
pero yo sé que ellos me entendieron, se levantaron y siguieron el camino.



Angakok: «Esa es la magia, los hechizos creados sencilla y sinceramente con el ingrediente más poderoso del universo, el Amor ; y créanme que realmente funcionan, se los dice este anciano que ha vivido mucho y que ahora busca un sucesor, que aprenda y se convierta en un shamán como yo.

Inuk: «Y... ¿cómo lo vas a encontrar?»

Imagen: Hacemos una síntesis de lo que dice el shamán.

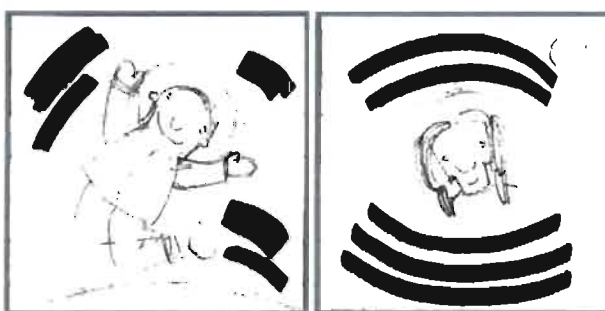
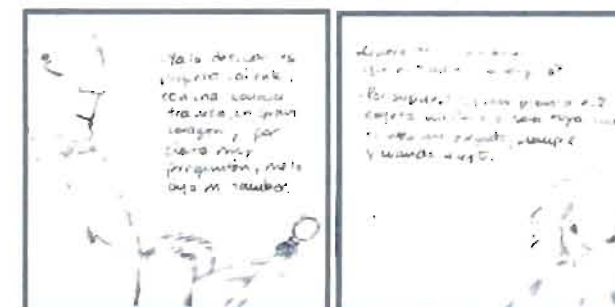


Angakok: «Ya lo descubri, es pequeño, valiente, con una sonrisa traviesa, un gran corazón y por cierto muy preguntón, me lo dijo mi tambor»

Inuk: «¿Quiere decir entonces que el tambor es mágico?»

Angakok: «Por supuesto, y muy pronto este objeto misterioso será tuyo, Inuk, tu eres mi elegido, siempre y cuando aceptes.»

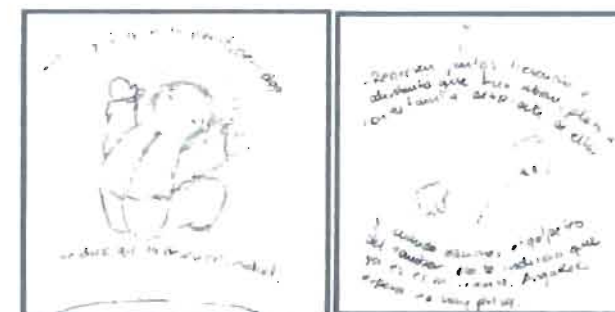
Imagen: Vemos la conversación entre Angakok e Inuk.

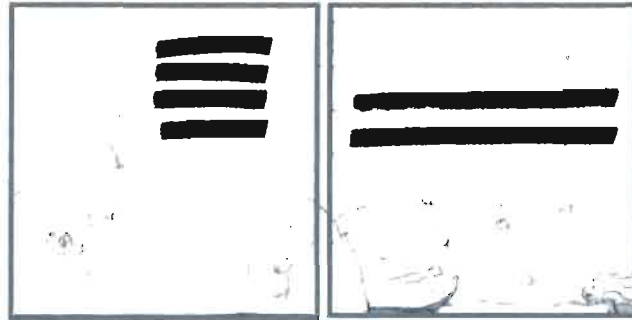


Inuk: «Sí, si y si...uy... ni lo pensé pero algo me dice que lo deseo en verdad».

Angakok: «Regresen juntos, llevarán el alimento que buscaban, platica con tu familia , despídete de ellos y cuando escuches el golpeteo del tambor eso indicará que ya es el momento, Angakok estará esperando, no hay prisa.»

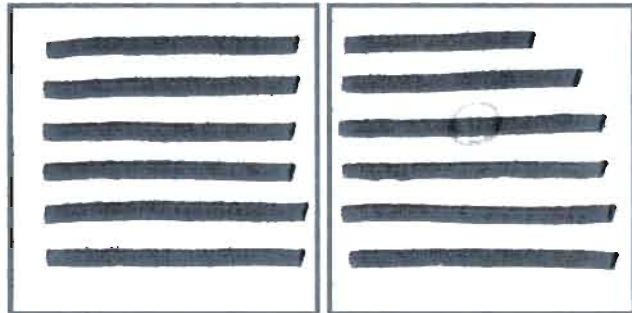
Imagen: Inuk brinca de la emoción y hacemos un encuadre de Angakok enfatizando lo que le está diciendo a Inuk, es por eso su posición central en el plano.





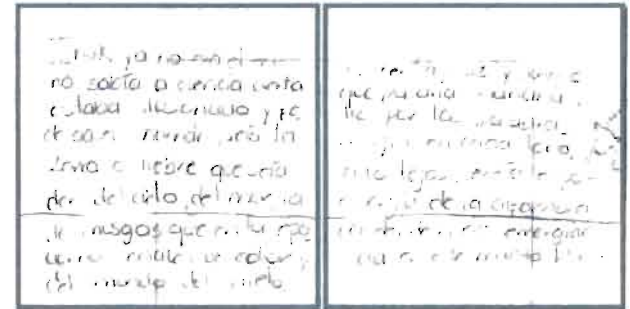
Narrador: «Agradecidos y contentos salieron del iglú, se dirigió cada uno a su kayak y durante el viaje de regreso pudieron pescar suficientes salmones para una buena temporada.»

Imagen: Los cazadores e Inuk salen de iglú y se despiden, vemos una toma frontal del paisaje enfatizando su despedida del shamán.



Narrador: «Inuk ya no era el mismo, sentía paz y aunque no sabía a ciencia cierta que pasaría mañana, estaba ilusionado y feliz por las palabras de aquel shamán, veía la magia en cada lobo, zorro o liebre que veía a lo lejos, sentía el poder del cielo, del mar, la energía de la alfombra de musgos que en la época del deshielo emergían como señales de color y vida en este manto blanco y brillante del mundo del hielo.»

Imagen: Cerramos el discurso cambiando instantáneamente el ritmo visual del cuento. Estas últimas páginas con texto fueron eliminadas al igual que muchas otras propuestas de ilustración en la propuesta formal por ser redundantes en la acción y no ofrecer verdadera riqueza narrativa.



Viñeta final. Imagen: La idea la viñeta final con el personaje de Inuk despidiéndose de los niños se conservó para la propuesta final. Es usual encontrar viñetas pequeñas en la última página de los libros infantiles a modo de reafirmar la presencia del personaje en la historia.



4.3.2 Proceso de bocetaje III y propuesta final.

En este último proceso de bocetaje se sintetizó el número de ilustraciones a usar, pues se aprovechó de mejor manera el discurso visual y se hizo una mejor narración de la historia con menos imágenes que redundaban las acciones. El ejercicio de la tipografía sobre camisetas de albanene nos dio una mejor perspectiva del proyecto. De esta manera se decidió cambiar el formato final del audiolibro pasando de un formato rectangular de 15 x 13 cms. a un formato cuadrado de 30 x 30 cms. La idea de cambio de formato se dio en paralelo a la síntesis de las imágenes. Se observó entonces que la historia era muy larga y estaba escrita en forma de guión de teatro. Debido al soporte mismo decidió cambiarse la historia ajustándola a los tiempos de narración y al uso de un menor número de imágenes.

Se dió entonces un giro completo al proyecto del audiolibro, permitiéndonos una mayor libertad de composición gracias al tamaño de las ilustraciones y una mayor libertad de tiempos de narración, pues se podían usar efectos con más duración y con más calidad narrativa con respecto a la imagen. El uso del texto impreso, aunque con cierta intención de tipografía creativa era redundante con respecto a las imágenes, pues ya se contaba con una narración del cuento grabada con el texto del cuento.

El objetivo primordial del diseño editorial es hacer ediciones, la realización de libros, revistas, etc. El texto escrito aunque es importante y siempre será importante cobra vida según el formato donde se encuentre. Si defendemos la posición de que la

ilustración es narrativa en sí misma, entonces el no usar texto escrito reafirma nuestra idea del discurso visual de la imagen, pues las imágenes también se leen.

Al cambiar la dimensión del formato también nos permitió adaptar de mejor manera la ubicación de la pestaña contenedora del disco compacto en el plano. El ubicarla al centro de una red específica nos permitía colocar alrededor de la pestaña una breve presentación de los personajes participantes del cuento. De igual manera el aumentar la dimensión del formato nos permitía aprovechar el espacio formato de las dos páginas extendidas contemplando ilustraciones que ocuparan esas dos páginas y hacer más interesante la presentación de las ilustraciones.

Como parte del cambio del proyecto presentamos ahora la versión final de la historia después de los cambios pertinentes para adaptarla a nuestro audiolibro.

4.4 Guion literario. «El misterioso tambor de Angakoko»

Ahí está... un gigantesco y majestuoso lugar, cuyo suelo está formado por el hielo de miles de siglos atrás.

Allá muy lejos, desde Alaska hasta Groenlandia, una línea de sauces y abetos abren la puerta para conocer a las familias que siempre viajan unidas, las familias esquimales.

Todos ellos luchan contra la furia de los vientos que el océano glacial ártico envía para detener a los viajeros.

Entre esas familias, está la familia de Inuk, el único niño de esa tribu que puede ver al ave mágica de los esquimales, el petrel.

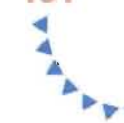
Una noche, Inuk y sus tres hermanos cazadores, acechaban una presa, habían esperado varias noches la aparición de un gran caribú, tal vez una foca gorda y distraída o un gran oso al que ellos llaman *nanook*.

De repente algo llamó su atención, un extraño sonido llenaba el aire, era un golpeteo constante, fuerte y melódico. Todos se preguntaban de dónde venía aquel ruido.

Fue entonces cuando el petrel se presentó ante Inuk y emprendió el vuelo para mostrarle el camino. Los hermanos de Inuk no sabían que el pequeño podía ver al Petrel, pero sabían que Inuk poseía una gran intuición. Así que siguieron a Inuk.

Pronto se dieron cuenta que llegaban a un pequeño iglú que brillaba como una estrella. Su brillo casi bailaba con el ritmo de aquel sonido, que los invitaba a entrar por una curva puertecilla.

Cuando entraron una luz tenue iluminaba el interior. «Buenas noches, mi nombre es Angakoko, el shamán de los esquimales, los shamanes casi siempre vivimos solitarios, pero mi casa recibe a todo el que siente los mensajes de Sedna, la reina del mundo marino que habla a través de mi viejo tambor.»



Inuk, intrigado por su anfitrión, preguntó rápidamente

- «Y usted señor Angakok... ¿hace magia?»
- «Todos los seres hacemos magia. Y dime, ¿tú haces magia?»
- «No sé», dijo Inuk, «cada vez que nuestros perros husky se cansan de jalar el trineo hablo con ellos, los acaricio, y empiezan a levantarse y a seguir el camino ¿eso es hacer magia?»

- «Sí, eso es magia. Los hechizos creados sinceramente con el ingrediente más poderoso del universo, el amor.» dijo Angakok
- «¿La magia fue la que nos trajo hasta aquí?», preguntó ansioso Inuk.
- «Sí Inuk, los trajo el llamado de Sedna desde mi viejo tambor. Ella sabe que debo encontrar un sucesor de mi magia.» dijo Angakok

- «Y... ¿cómo lo vas a encontrar?» preguntó un hermano de Inuk.
- «El tambor mágico me ha dicho que es Inuk» dijo Angakok con voz profunda.
- «¿Yo?» exclamó Inuk sorprendido.
- «Sí, el tambor te eligió porque eres valiente, de buen corazón y el único capaz de ver al petrel.» dijo el shamán.

- Inuk brincando de alegría dijo «Que emoción, mi madre estará feliz de escuchar esta gran noticia, ¡voy a ser aprendiz de shamán!»
- «Ahora que has sido elegido Inuk, tienes un largo camino por recorrer, te enseñaré a hablar con el Petrel, a reconocer el llamado de Sedna y a ver la magia en cada rincón de nuestro mundo, regresa a la aldea con tus hermanos y espera el llamado del shamán, el golpe de tambor te dirá cuando debes venir conmigo» dijo con voz serena Angakok.

Inuk emocionado salió del iglú junto con sus hermanos, esperando para darle la gran noticia a su mamá. Al pasar el tiempo de las tormentas, Inuk escuchó al tambor, preparó su parka, sus botas y después de una bella despedida, partió hacia su aventura más grande, la preparación para convertirse en el shamán de su tribu.

Los bocetos finales de la propuesta también sufrieron cambios, aunque no significativos para el discurso, importantes en cuanto a la caracterización de los personajes. La manera de presentar este soporte es mediante todos los criterios formales que la sustentan empezando por la diagramación, la única tipografía que se usa en el libro y el uso del color. Idealmente el formato final del audiolibro es de 30 x 30 cms. y 60 x 30 cms en versión extendida, sin embargo, por los recursos, el dummy se presenta en una dimensión proporcional, de 21 x 21 cms.,

adecuada para la propuesta sin alterar las imágenes. El número de ilustraciones pequeñas en la propuesta anterior pasó de alrededor de 50 ilustraciones a sólo 15 imágenes incluyendo la viñeta final y la portada.

Este soporte se imprimirán en offset a 4 x 4 tintas, en su totalidad, es decir, en cuatricomía, cromosíntesis sustractiva. El formato final también cuenta con 32 páginas de las cuales 28 contienen ilustraciones interiores en formato extendido.

La ubicación del disco compacto en la 2a de forros nos permite cierta comodidad en el empleo del mismo, pues se guarda dentro del libro. El desarrollo que a continuación se ve de cada una de las páginas del libro se da gracias a la previa investigación teórica y referencial para el proyecto.

4.5 Portada y contraportada

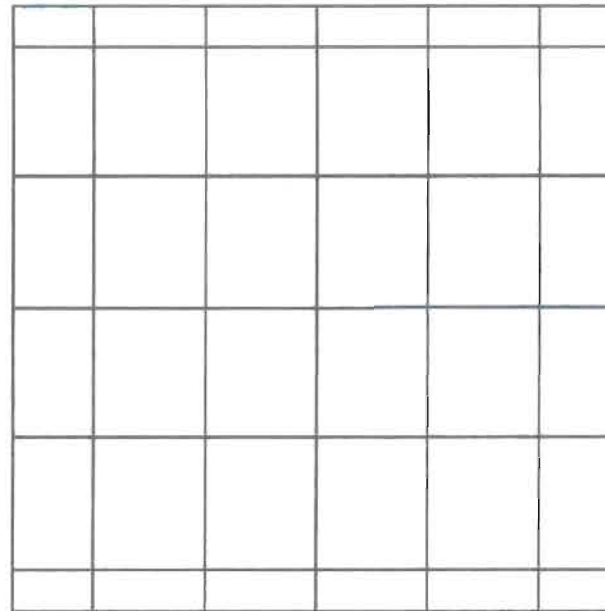
El desarrollo de la portada es la última consideración de diseño e ilustración en la estructuración de un libro, pues de los interiores pueden surgir generalmente ideas que refuerzan la calidad y el concepto de la historia haciendo un conectivo con las ilustraciones del interior. Nuestros primeros bocetos mostraban el uso de tipografía creativa que hiciera referencia a las herramientas que usan los esquimales, además de hacer mención visual de algún elemento ornamental importante para ellos como las botas o el tambor mismo, protagonista sonoro en el cuento, pretendían acercarse a la idea del contexto esquimal presentando ya fuese las botas tan usuales o el mismo tambor sustituyendo la letra O de tambor, haciendo ejercicio de la tipografía creativa.

Como la *portada como 1.º de forros* contiene información como el título del libro, autor e ilustrador de la historia, necesitábamos una diagramación que justificara nuestra idea del título con el concepto mismo del cuento. Además de hacer un juego armónico con la contraportada, que también usa tipografía. Nuestra primera idea era que la ilustración de la portada y la contraportada fuera una imagen extendida compartida por los dos forros, sin embargo, aún teníamos que justificar la ubicación de la tipografía

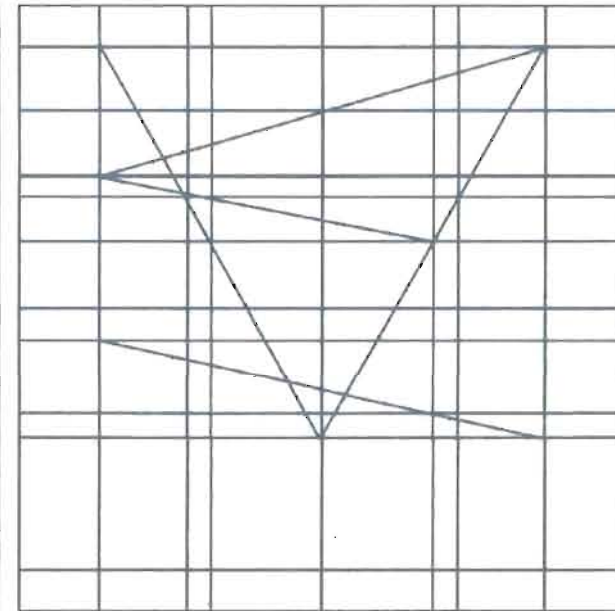
Sin embargo, los bocetos donde se presenta esta tipografía daban la sensación de ser demasiado pesadas como elementos formales en la composición, además de no tener una justificación en cuanto a altura y cuerpo de la letra.



boceto de portada 1 y 2

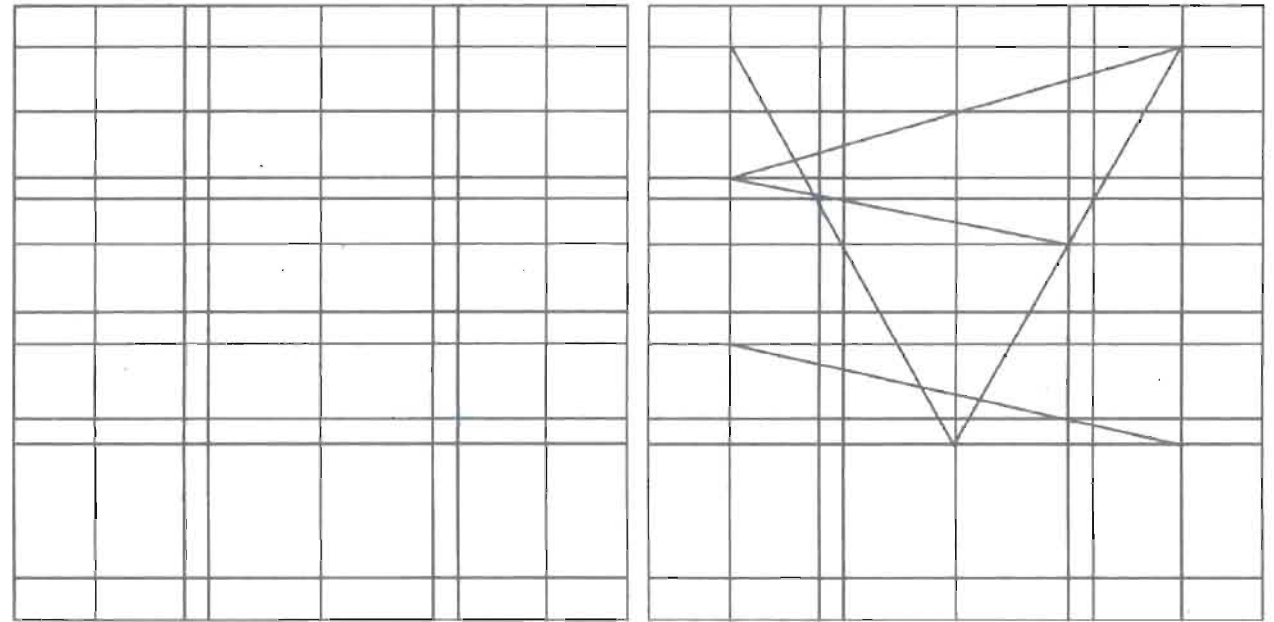


contraportada



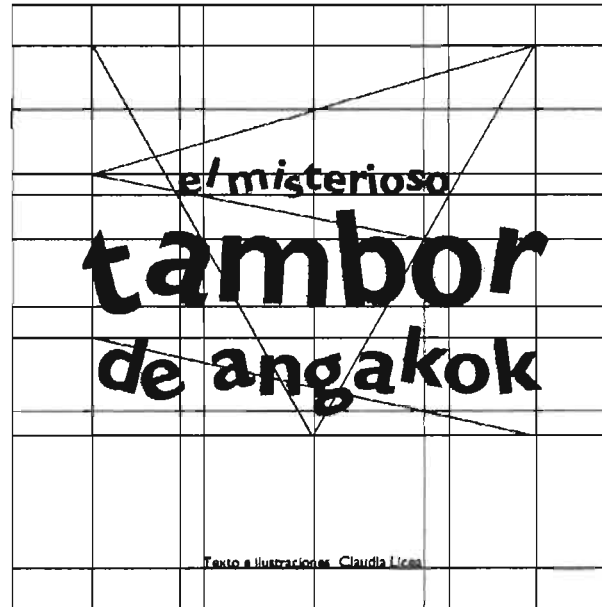
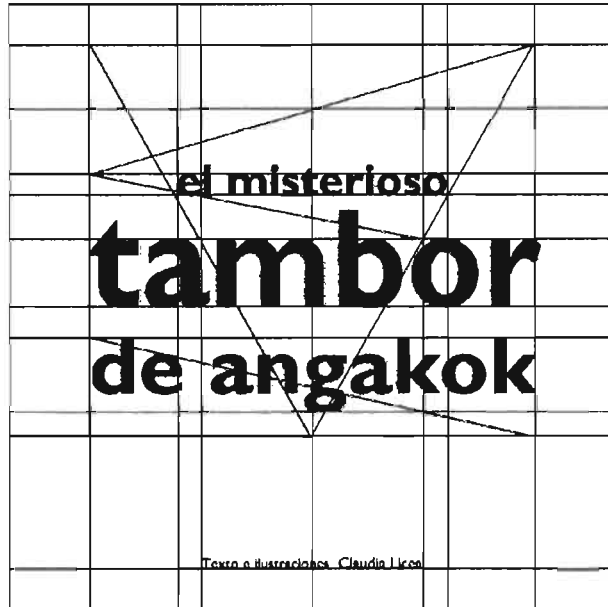
portada





Finalmente se realizó una diagramación dinámica que ubicaba perfectamente tanto la información de la portada con la contraportada usando la misma cantidad de módulos.

De un soporte de 30 x 30 cms se definieron 4 márgenes de 2 cms (superior e inferior) y 4 cms (exterior e interior) dejando así una caja de signos de 22 x 26 cms. Esta caja de signos se subdividió en módulos, cuyos vértices nos ayudaron a generar mediante diagonales, nuevas guías que justificarían la ubicación de la tipografía en portada y contraportada.



Como observamos en la investigación, el uso de la diagramación fue la base del diseño y de la ubicación de los elementos en el plano. Posteriormente para el título se utilizaron diferentes criterios formales; el primero era el uso de las bajas o minúsculas por su cuerpo y altura, además de presentar en su conjunto una serie de líneas curvas con las cuales se identifican los niños. Para tal efecto se utilizó la

tipografía Gill Sans en diferentes puntajes de acuerdo con la jerarquización de las palabras en el título y la intención de peso visual de las mismas.

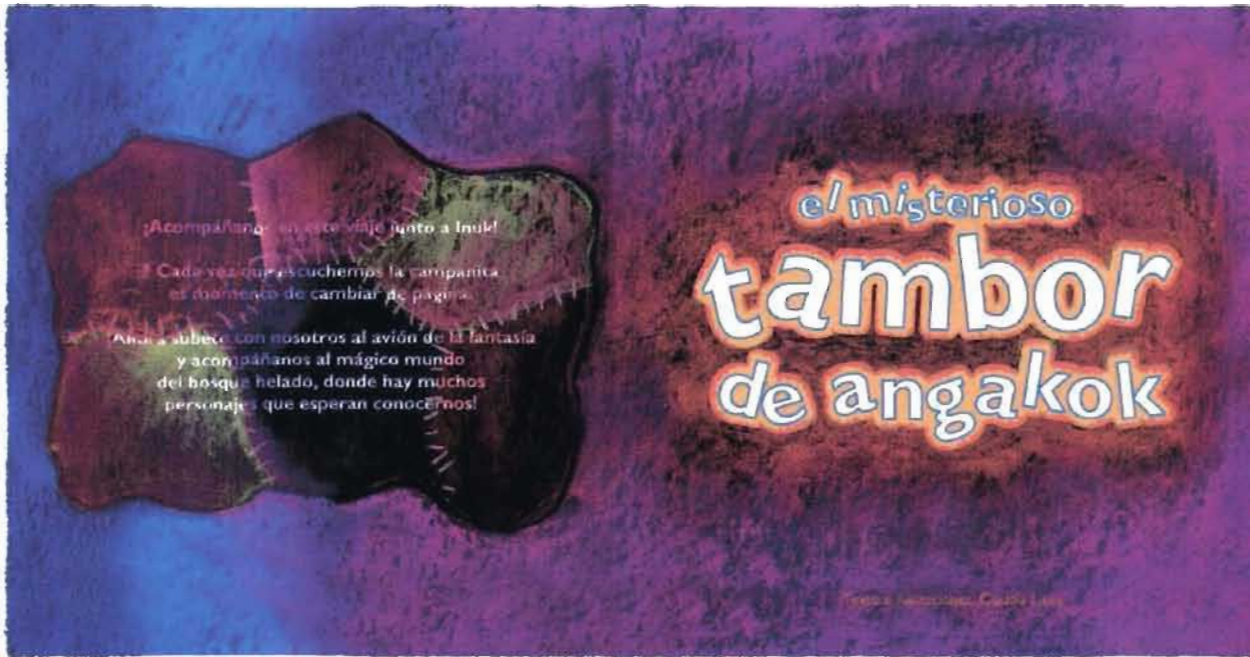
El segundo criterio igualmente importante fue la consideración de que los ascendentes y descendentes de esta tipografía resultan agradables a los niños, por ser legibles y no tan serias como una tipografía palo seco.

El primer boceto presenta un juego de puntajes en la tipografía, el mayor es el *tambor* pues es un protagonista más en la historia, aunque no visual, si sonoro. Las palabras *el* y *misterioso* son adjetivos que definen el propósito del tambor sin embargo no son tan importantes para el mensaje. La palabra *angakok* es importante, pero no lo es tanto frente a la presencia del significado del tambor en la historia.

Finalmente el crédito de texto e ilustraciones que presentan en la portada todos los libros infantiles, tiene un puntaje menor que el resto del título pues es información necesaria pero no debe tener tanta presencia visual sobre la portada. En general, la composición se justifica a una columna de texto centrado.

Después de ubicar la tipografía del título según la diagramación entonces aplicamos una rotación sobre su eje, a cada letra del título, de esta manera se provoca una tensión visual para atraer la atención del receptor y se enfatiza la acción del tambor en el cuento, las letras se ven influenciadas por el sonido del tambor y es por eso que cambian de sentido como si estuvieran temblando por percibir el sonido del tambor.





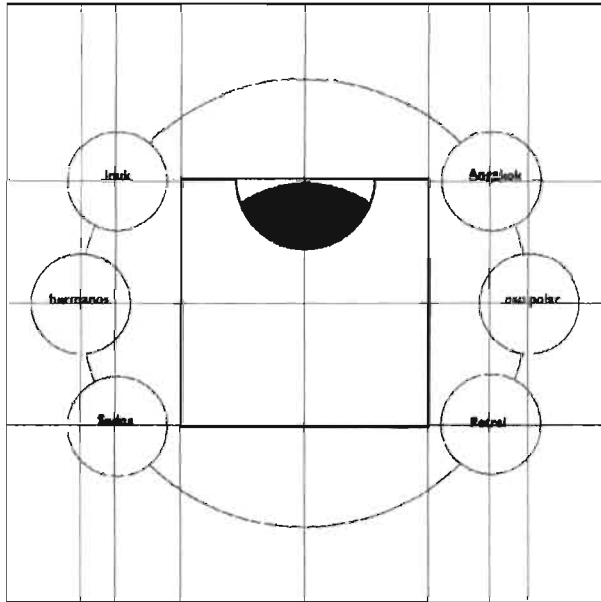
La portada y contraportada finales usaron como concepto la calidez del sonido del tambor, el uso de las pieles en la parte posterior nos hace referencia a cierto elemento ornamental del interior del libro. La portada se realizó con la misma técnica que las ilustraciones interiores, gis pastel seco con retoques de lápiz de color y acrílico.

Generalmente la tipografía de la portada se deja a cargo del diseñador gráfico o de los formadores de texto quienes colocan digitalmente el texto, ya sea en portada o en interiores. En el caso de *El misterioso tambor de Angakok* se pretende reforzar el concepto colocando una línea engrosada alrededor de las letras reforzando la idea de calidez del tambor.

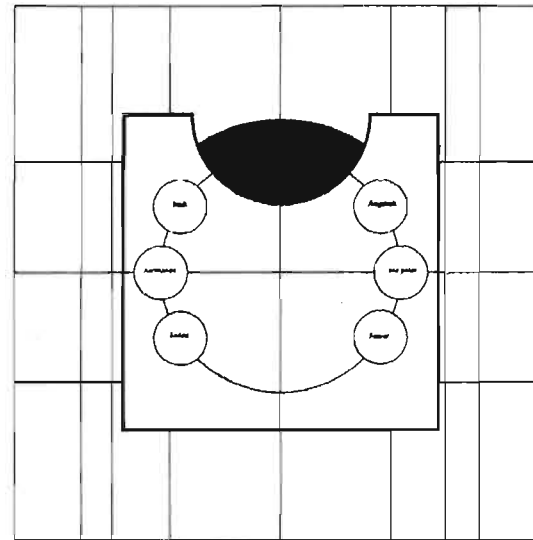
Criterios cromáticos

Para la aplicación de color en la portada se tomaron tres elementos importantes; el primero es la referencia que existe entre los matices usados alrededor de la tipografía y los matices usados alrededor del iglú de una de las ilustraciones, los cuales junto con el sonido dan la sensación de que el tambor aumenta su volumen. El uso de las pieles en la contraportada matizadas en tonos ocre, naranjas y cafés, nos generan la sensación de la calidez de las pieles, aunque en la realidad las pieles que usan los esquimales no están tan saturadas de color, nuestra intención era aportar una característica cromática de contraste con respecto al hielo que abunda en el cuento.

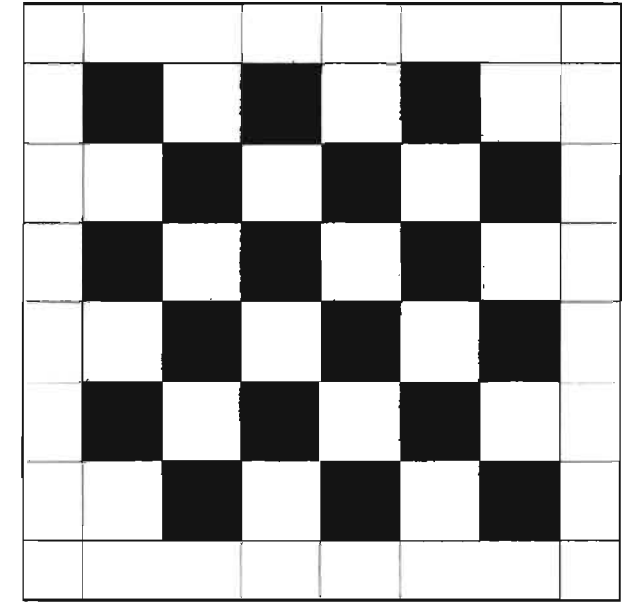
El matiz usado en la tipografía de la contraportada es blanco pues hace contraste cromático con las pieles y hace referencia a la nieve. Y el uso del amarillo en los créditos le da jerarquía a la letra del título sobre de estos datos sin que éstos pierdan importancia en el plano.



2a. de forros



2a. de forros redimensionada a 21 x 21 cms.



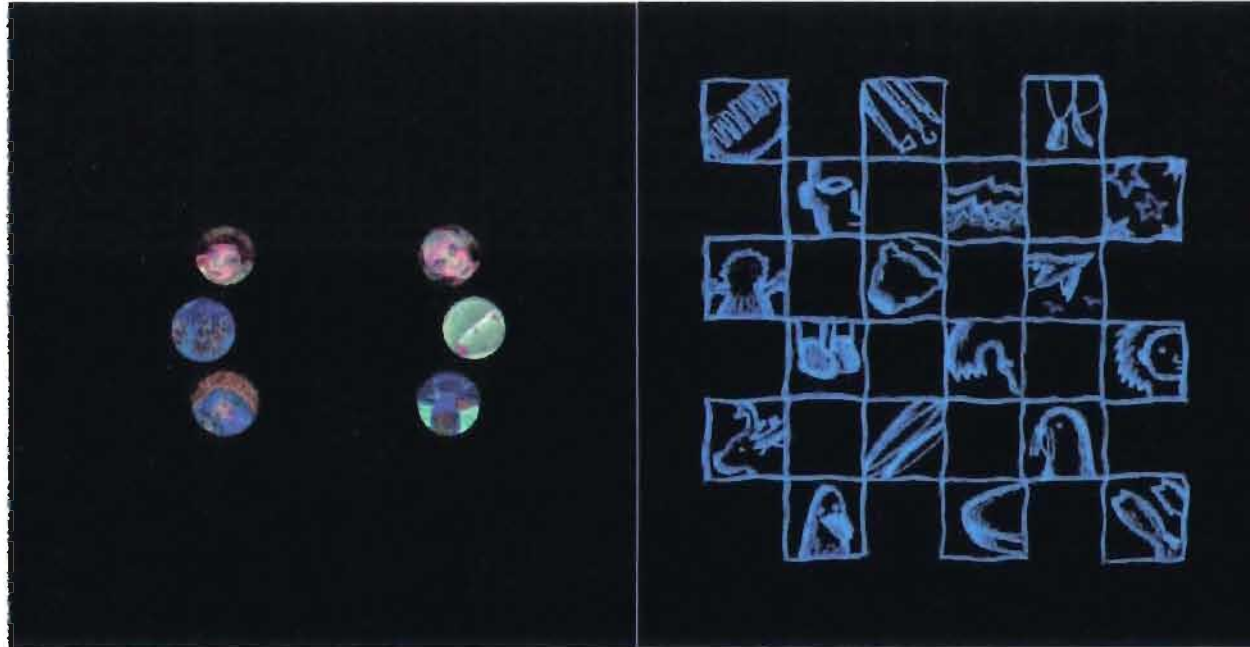
3a. de forros

4.6 2ª y 3ª de forros

En la 2ª de forros dividimos el espacio (30 x 30cms.) en cuatro cuadrantes, queríamos una disposición centrada de los elementos y de ser posible con una simetría axial totalmente equilibrada. En el centro de esos cuadrantes colocamos el espacio designado para ser el estuche del disco compacto de audio. Este estuche, de 12.4 x 12.4 cms, nos generó cuatro nuevas guías, 2 horizontales y 2 verticales, éste tiene a su vez un suaje de media circunferencia con 6 cms de diámetro para

dar espacio al cd y que el usuario pueda sacar y meter el disco compacto sin dificultad. Definimos después el área donde se ubicarían los demás elementos de la 2ª de forros, de esta manera hacíamos una presentación de los personajes antes de escuchar la historia. Gracias a estas nuevas guías pudimos ubicar a los personajes principales de la historia guiándonos también con una circunferencia de 22.5 cms de diámetro con el mismo centro del estuche. Los círculos que contendrán a los personajes miden 5 cms de diámetro, medida que nos permite dar aire a la composición sin estorbar al disco compacto. Como

elemento icónico tenemos el estuche adornado con unas figuras decorativas relacionadas con escenas de casa. Los forros también se imprimirán a 4 x 4 tintas, con fondo negro pues le da cierto aire de misterio a la historia. Aunque idealmente esta 2a. de forros tenía cierta composición, al hacer la proporción para el dummy, se tuvo que cambiar ligeramente el diseño conteniendo a los personajes dentro del área del estuche del cd, situación que observamos no afecta realmente la intención.



En la 3ª de forros usamos un red con márgenes de 3 cms dejándonos un área de signos de 24 x 24 cms. Esta área es dividida en 36 módulos donde ubicamos elementos decorativos, pequeñas viñetas que presentan objetos y animales de la cultura esquimal. Todos los módulos negros de la diagramación fueron ocupados por ilustraciones. Las imágenes se alternan dentro de la diagramación para causar sorpresa, aunque la diagramación sea simétrica y equilibrada, se provoca tensión jugando con las posiciones y direcciones de los elementos.

Criterios cromáticos

El uso del matiz azul en las viñetas hace también referencia al uso de este mismo en las ilustraciones interiores, no se usaron más matices en la 3a. de forros pues se perdía la intención de tener sólo un detalle de color pues estos elementos no tienen tanta importancia como aquellos que ubicamos en la 2a. de forros. Se usó la técnica de gis pastel pues ofrece una textura interesante especialmente usada en papeles porosos.

La 2a. de forros usa los matices de color de las ilustraciones interiores pues son viñetas tomadas digitalmente de éstas. Se usaron círculos a manera de pequeñas ventanas de presentación de los personajes. En este caso es más importante el uso de los matices pues se enfatiza la intención de la presencia de cada uno de los personajes. El fondo negro en los dos casos funciona muy bien como contraste de las viñetas y de todo el ritmo visual del interior.

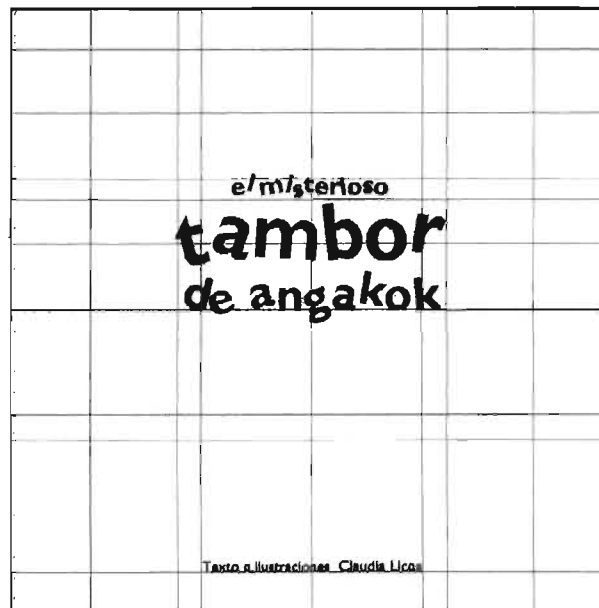


4.7 Portadilla y viñeta final o colofón.

La función de la *portadilla* en un libro es el reforzar el título del mismo. En este caso se refuerza también visualmente la historia colocando un elemento decorativo relacionado con los esquimales, para tal composición se redujo el puntaje del título del libro para darle una jerarquía visual menor a la portada y se añade un elemento icónico, un cazador persiguiendo una ballena. Las técnicas visuales utilizadas fueron: equilibrio, unidad, sutileza y economía. Viéndolo desde el punto de vista audiovisual, como toma de cine, sería un encuadre central de viñeta en composición horizontal.

En el *colofón* fue muy sencilla la diagramación pues solamente se centró en la página el elemento icónico a manera de despedida de la historia, usando como ornamento la representación gráfica de una escultura muy representativa de la cultura inuit, el *oso polar*, repetido alrededor de la viñeta final a manera de papel tapiz; como abriendo una ventana en una pared. En la viñeta final vemos a Inuk despidiéndose de los niños junto a un osito polar dormido, ésta es una representación del oso polar del interior del cuento, se usó en la ilustración un cachorro de oso como elemento icónico sorpresa.

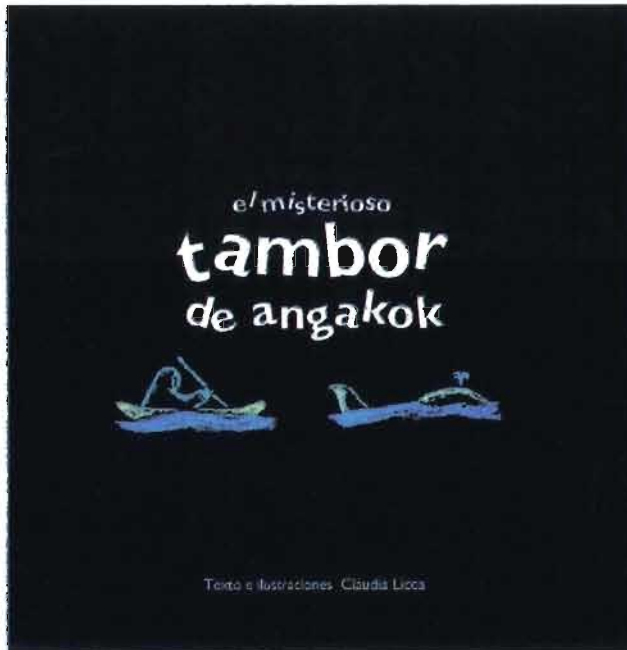
Los elementos que rodean a la viñeta lucen dinámicos gracias a la rotación de los mismos sobre su propio eje, esto proporciona tensión a la composición. Se usó la misma diagramación de la portada cambiando de puntaje la tipografía de igual manera que el crédito.



Portadilla



Viñeta final...Colofón



Criterios cromáticos

Conservamos entonces los criterios cromáticos para el ambiente de Inuk, blanco, azul y amarillo; igualmente para el oso polar donde se conserva su pelaje blanco y amarillo. Esta escena hace un contraste con el fondo, el uso de un matiz degradado hace referencia visual al cielo y a la nieve. El propósito de hacer este efecto de manera digital es proporcionar un elemento de contraste cromático y de textura con la viñeta, de esta manera se centra más la atención en la viñeta.

El uso de determinados matices en las ilustraciones, como el tambor y el sonido que emite, es reforzado por la música y el sonido en el disco compacto. La intención de elevar en intensidad o valor mantiene una estrecha relación con lo escuchada. Si anteriormente analizamos que en las experiencias audiovisuales la imagen es percibida de una manera con sonido y de otra manera sin él, entonces el uso de ciertos tonos en las imágenes son percibidos como cálidos o fríos según el sonido del disco compacto.

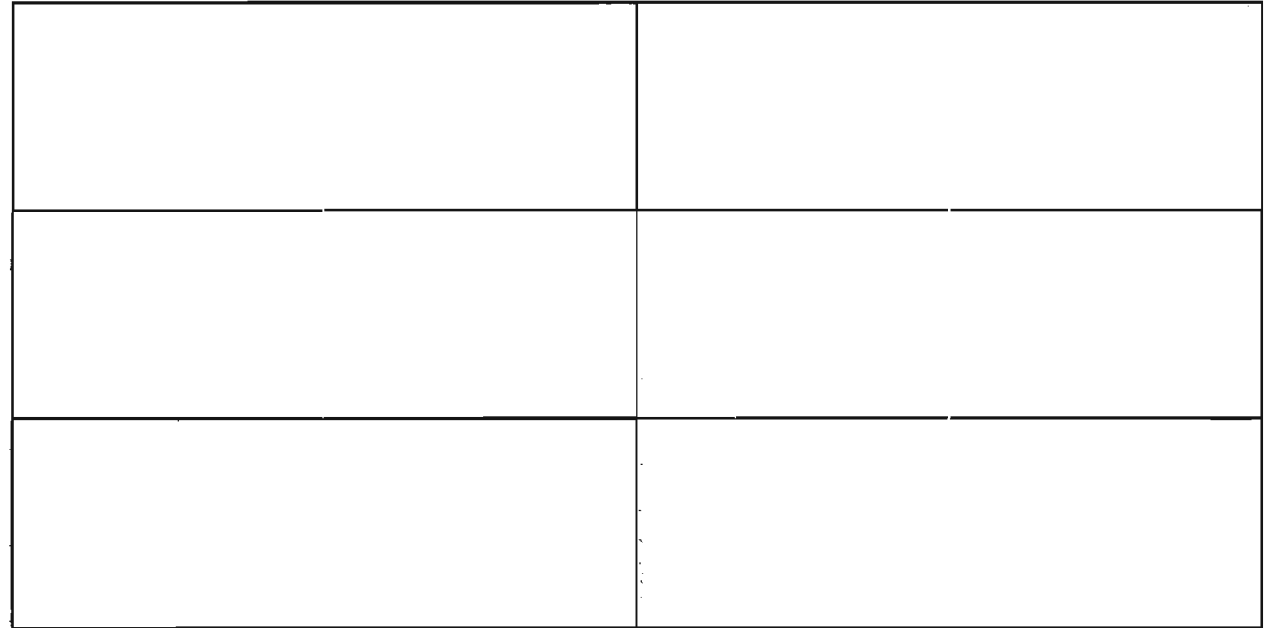


4.8 Ilustraciones interiores

La diagramación de las ilustraciones se realizó dividiendo el formato extendido de las ilustraciones en tres cuadrantes horizontales, aquellos elementos dispuestos dentro del primer y segundo cuadrante tendrían más peso visual sobre la ilustración gracias al uso de la perspectiva. Además de que se aplicó el uso de los elementos presentados en diferentes planos mostrando tensión en las ilustraciones. Cada uno usa diferentes técnicas visuales, todas ellas tienen que ver con el equilibrio.

La intención de casi todas las ilustraciones es la sensación de profundidad, por eso es el uso de plano y la diagramación en tercios. Además de la profundidad, se utiliza el acento y la inestabilidad, pues las dos técnicas son generadoras de tensión visual que hace interesantes y dinámicas las imágenes. El uso de las técnicas de gis pastel, con acrílico y lápiz de color haciendo una técnica mixta nos proporcionan la textura necesaria que hace referencia a las texturas reales del contexto. El gis pastel por su cualidad porosa nos ofrece trazos con cierto grano que enfatizan el ambiente del cuento. El lápiz de color y el acrílico por ser medios líquidos, nos permiten aplicar detalles a las ilustraciones sobre los fondos previamente hechos con gis pastel.

También se podía utilizar una red de ocho módulos tomando en cuenta el centro del libro y el centro de cada página; o dividiendo en tercios verticales cada página generando 6 módulos por página, en caso de tener elementos más pequeños que la mayoría de los presentados en el libro.



Diagramación en tercios horizontales y diagramación de 8 módulos tomando en cuenta los centros de página y el centro del libro.



Diagramación en tercios horizontales y en tercios verticales.

El uso del fenómeno perceptual del equilibrio nos permite hacer imágenes dinámicas con su contrario la tensión visual. Si todo ser humano espera cierto equilibrio visual e impone ejes a todo lo que ve, entonces una propuesta donde destaque la inestabilidad y el juego de planos tendrá como resultado llamar la atención en los niños, a diferencia de imágenes homogéneas, planas y demasiado equilibradas.

Para justificar las imágenes se usan ciertas técnicas visuales y conceptos manejados en experiencias audiovisuales como el cine, es decir, *encuadre, toma, composición*, etc. Todas estas imágenes corresponderían a la categoría de composiciones informales pues se basan en categorías como la gravedad, a través de pesos visuales, inestabilidad y asimetría; contraste, sobretudo contraste cromático; ritmo, en el uso de la alternancia de planos y cuadrantes donde los elementos de la composición tendrán más peso visual; y un centro de interés, que puede generarse por acento cromático o acento formal.



Pág 2 y 3. Ilustración 1. *El Ártico.*

La primera ilustración nos ubica en el contexto del personaje de la historia, tiene como intención ambientar a los niños en el clima y la vegetación donde vive el personaje, como las instrucciones del audiolibro nos invitan a hacer un viaje como si estuviéramos volando, la ilustración se presenta como *toma frontal, encuadre central y composición horizontal*. La ubicación del horizonte está en el primer tercio horizontal del plano, dando la sensación de profundidad. El peso visual por composición lo tiene el espacio en blanco y los árboles, que llaman más la atención de niños por abarcar dos tercios de la diagramación, sin embargo, el fondo, por la perspectiva y el color adquiere peso visual sobre la nieve, de esta manera se entiende mejor la sensación de profundidad. Se utilizan las técnicas visuales de la profundidad, actividad, agudeza y equilibrio.

Criterios cromáticos

Gracias a las referencias visuales que tenemos de los esquimales, podemos observar muchos contrastes en los exteriores y sobre todo muchos acentos cromáticos, como siempre están cubiertos de nieve, cualquier elemento con color resalta sobre la nieve, desde la hierba que sale del hielo hasta las fogatas que se hacen para cazar. Los únicos elementos que pueden fundirse con el ambiente son las parkas pues usan pieles de animales con tonos poco saturados. El color de la nieve no es totalmente blanco, presenta en la realidad matices amarillos poco saturados y según la ubicación geográfica verdes o incluso azules por las texturas que puede haber debajo.

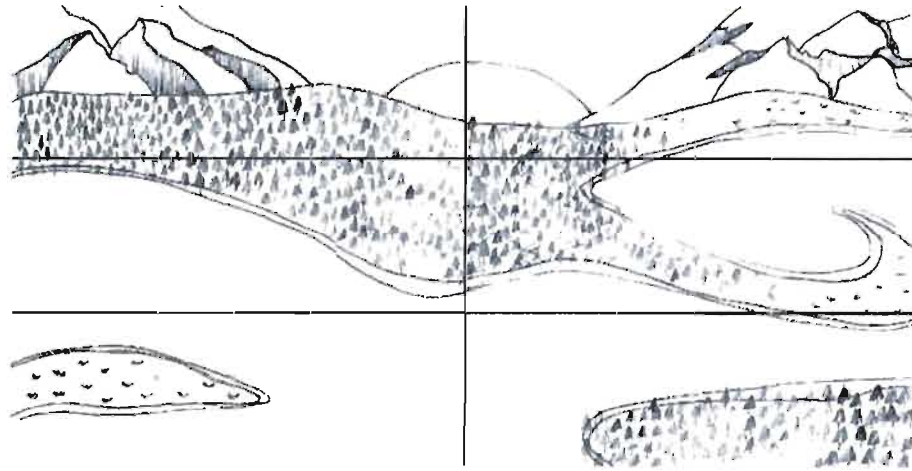


Ilustración 1



Es esta primera ilustración, el matiz de la nieve no es exactamente blanca pues se supone que se ve desde arriba y tiene aún tonos amarillos de la maleza que hay abajo, en el último tercio de la diagramación tenemos las montañas y el cielo en el horizonte. Los tonos de las montañas se acercan más a los azules y violetas conforme la luz se va ocultando. En las técnicas pictóricas las montañas generalmente se representan con tonos azules y violetas pues en la realidad, la lejanía y la profundidad, dan ese efecto.

En contraste visual con lo blanco de la nieve, las montañas adquieren presencia visual aunque no tengan todo el peso visual de la ilustración, el efecto de las nubes se debe a que se iluminan por abajo mientras se oculta la luz del día. En los países nórdicos se pueden percibir en el cielo, ciertos matices naranjas mezclados con azules, por la pureza del ambiente, en los atardeceres. Los tonos verdes usados en los árboles y en la maleza no son muy brillantes ni saturados pues el frío hace que la vegetación pierda brillo en el invierno.

ΔοΔ^c Δ^cΓΔ⁹



Pág 4 y 5. Ilustración 2. Los esquimales.

Se presenta la historia de lo general a lo particular, del espacio enorme que es el ártico a ubicar a las familias esquimales. Podemos decir que la cámara hace un zoom del aire hasta el lugar donde están ellos. La composición nos muestra una ilustración en planos que nos da la sensación de profundidad. Como la lectura es de izquierda a derecha, los elementos van cobrando dimensión o tamaño según la trayectoria que los acerca al primer tercio de la ilustración, al primer plano. Es un *plano de conjunto*, una *composición diagonal* y presente un *encuadre descentrado*. Vemos el recorrido que hacen los esquimales luchando contra el frío del ártico.

En el primer plano vemos al líder del grupo junto a su esposa en *close up* viendo hacia su objetivo, seguido de otros miembros de las familias en donde encontramos a Inuk junto a uno de sus hermanos. Visualmente los elementos se dirigen al frente de la ilustración como si quisieran salirse del libro. El ritmo entre elementos y espacios nos da la sensación de movimiento, como si estuvieran caminando. La sensación de profundidad se genera superponiendo imágenes que no se unan realmente entre sí, éstas pueden conservar, aumentar o disminuir su tamaño para acentuar el efecto. Se usan las técnicas visuales de unidad y profundidad.

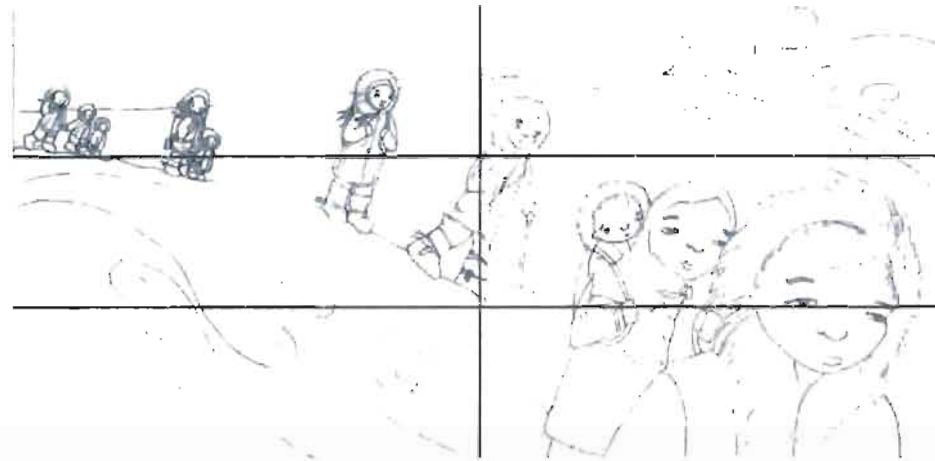


Ilustración 2



Criterios cromáticos

En esta segunda ilustración la presencia del viento es muy importante, pues va en contra de los personajes, se usaron matices azules muy saturados para dar el efecto de un viento grueso y pesado combinado con nubes. Los personajes que van caminando usan una paleta extensa pues los esquimales en la realidad son personas muy creativas en cuanto al uso del color sobre sus vestimentas y sus adornos.

Se utilizó el criterio de aplicarle diversos matices a los rostros y a las texturas de pelajes y pieles pues esto otorga cierto acento cromático y contraste con el fondo blanco y azul. Este criterio se conservó en todas las ilustraciones, aunque pueden presentar ciertas variaciones debido a la aplicación de detalles sobre todo en los rostros.

Casi todos los elementos que se presentan en el primer plano de las ilustraciones usan una paleta más extensa por la aparente cercanía con el usuario del cuento. En algunos casos, como en esta ilustración, hay diferentes matices en la nieve, a veces verdes o azules según la textura que se quisiera dar o el plano donde esté la nieve.



Pág 6 y 7. Ilustración 3. *Inuk y el petrel*

Toma en *picada* de Inuk, observamos desde arriba al petrel y parado en el hielo desde abajo, vemos a Inuk señalándolo. Aunque ubicamos a Inuk como acento por su posición dentro del plano, también damos importancia al petrel por la toma. En esta ilustración hacemos la presentación formal del protagonista de la historia. Los dos elementos de la ilustración generan entre los dos tensión visual. El petrel se presenta diagonalmente en el espacio adquiriendo importancia sobre Inuk pues ocupa los tres tercios de la composición, sin embargo, Inuk es un acento visual con relación al ave, por su dimensión y su ubicación en el espacio. La ilustración es una composición horizontal, con encuadre descentrado. Se usan las técnicas visuales de exageración, inestabilidad, profundidad y acento.

Criterios cromáticos El petrel es un personaje inspirado en las criaturas mitológicas de los esquimales, es una ave con presencia en la historia pues es la que conduce a Inuk a conocer a su maestro. En esta ilustración el Petrel adquiere peso visual por el matiz azul y verde que tiene, aunque no está completamente acentuado cromáticamente, su posición en el plano le otorga todo el peso visual de la ilustración en contraste con la posición y el tamaño de Inuk.

El cuerpo del petrel es azul con ciertos matices y brillos de ciertos tonos a los cuales se hará referencia posteriormente en la historia, los planos de nieve que observamos debajo del petrel son de diferente valor pues en algunas ocasiones, en ese contexto, puede observarse que los planos lejanos son los más brillantes. Se mantuvo además el criterio cromático de usar varios tonos de azul para las nubes y el viento.

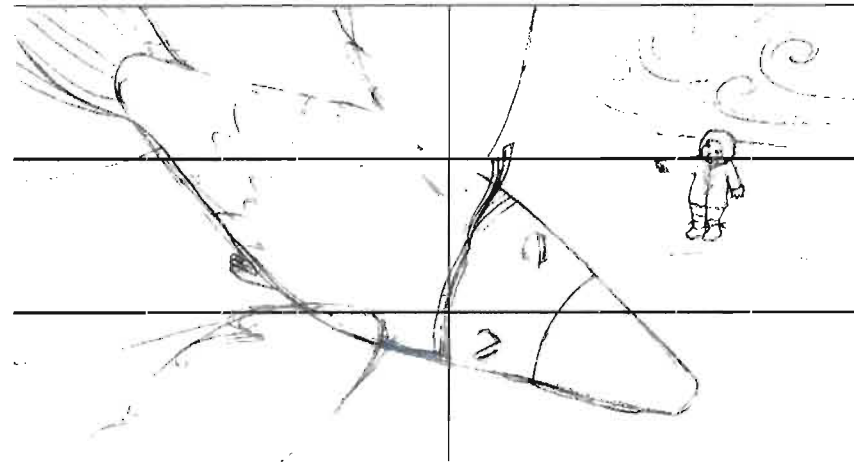


Ilustración 3



Ilustración 4



ΔοΔ^c D^cΓD^cτ^{sb}

Pág 8 y 9. Ilustración 4. *Inuk y sus hermanos*

Hacemos la presentación de los hermanos de Inuk, y de la actitud protagonista del niño queriéndose proteger del oso. Jugando con los planos tenemos al oso o nanook en el extremo inferior derecho del plano, grande, majestuoso y dormido. Nos percatamos que está dormida y que los esquimales lo acechan, se vienen acercando a él por la parte trasera de la ilustración. En la percepción visual el ángulo inferior izquierdo es de gran importancia, sin embargo, por color y dimensión el oso sigue siendo el elemento con más peso visual. En la composición el primer lugar lo ocupa el oso por su posición dentro del plano, sin embargo Inuk y sus hermanos adquieren fuerza visual por su actitud y su posición alejada del oso. Los dos pesos visuales presentan una tensión entre los dos. Es una composición *horizontal*, con *encuadre* descentrado. Se utilizan las técnicas visuales de exageración e inestabilidad.

Criterios cromáticos. Los criterios cromáticos se conservan en esta ilustración y en la siguiente. El oso polar es regularmente un animal blanco, con matices amarillos por la grasa de su piel y su pelaje parece de primera impresión no muy abundante. El primer criterio fue el presentar al oso como un personaje superior en tamaño y presencia cromática, el uso de matices amarillo y ocres en las patas y la parte inferior de la panza enfatiza el efecto de escorzo. El uso de un matiz rojo saturado y brillante en la nariz nos proporciona un acento visual que jala la vista al momento de abrir la página. El uso de tres diferentes azules en los planos de la nieve nos genera también sensación de profundidad en contraste con el oso polar y con los personajes que acechan al oso. Los matices amarillos, rojos y anaranjados usados en las parkas tiene como objetivo igual que en la segunda ilustración dar un elemento más de contraste con el fondo, además de que esta tipo de ilustración no es realista, por lo tanto, el uso del color puede ser mucho más libre que una imagen realista. La luna y las estrellas adornan el cielo con matices azules como si estuvieran cubiertas con una ligera neblina helada.



Pág 10 y 11. Ilustración 5. *Inuk, sus hermanos y el oso escuchan el sonido del tambor.*

Se usa básicamente la misma composición que la ilustración anterior, sin embargo, hay un cambio de actitud en los personajes. Aunque entre los dos pesos visuales sigue habiendo tensión, el cambio de actitud presenta un acento respecto a la imagen anterior. Se usan las técnicas visuales de unidad, exageración, acento, profundidad e inestabilidad. Se conservan entonces los mismos criterios cromáticos usados en la ilustración anterior

Criterios cromáticos

Se conservan los criterios cromáticos de la ilustración anterior a excepción de que se le dan ciertos toques de luz brillante, a manera de reflejos sobre la cabeza pues la dirección de ésta cambia para ver a sus acechadores. Puede encontrarse cierta variación en la ubicación de los reflejos amarillos por el cambio de intención del personaje.

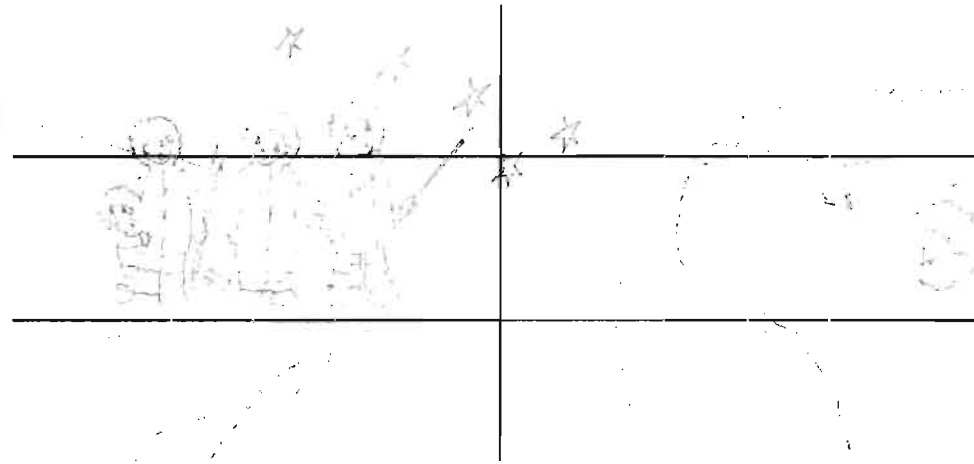


Ilustración 5



ΔοΔ^c Δ^cΔΓΔ^ε

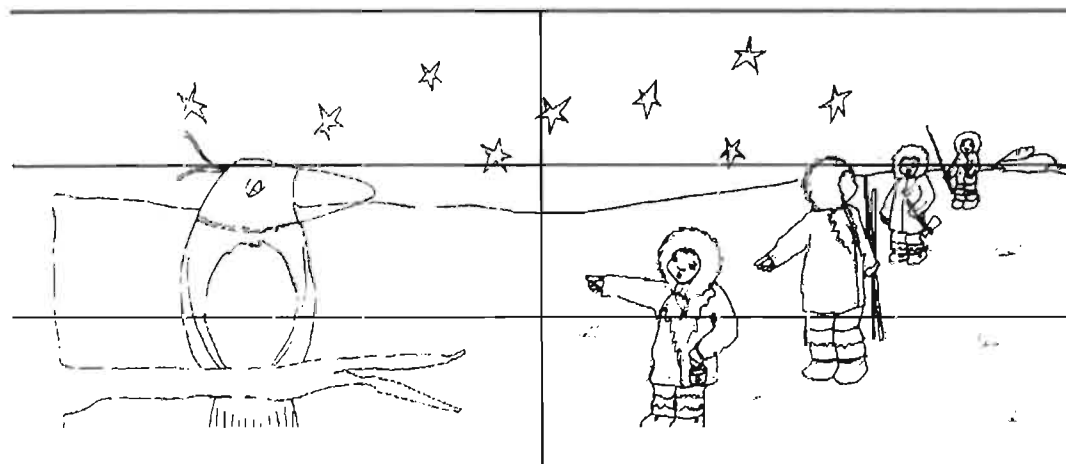


Ilustración 6

Pág 12 y 13. Ilustración 6. El petrel se presenta ante Inuk.

Presentamos al Petrel en el primer plano de la ilustración, guiando el camino de Inuk y sus hermanos hasta el sonido. El petrel, por posición, dimensión y composición tiene el peso visual de toda la ilustración. Entre él y los esquimales se genera una tensión que llama la atención. Es una composición *horizontal*, con encuadre *descentrado*. Se usan las técnicas visuales de profundidad, acento e inestabilidad

Criterios cromáticos

El matiz usado en el Petrel, a diferencia de la tercera ilustración, cambia a uno más saturado pues lo estamos viendo de frente y se puede apreciar más su brillo. Los matices verdes usados en la nieve nos dan la sugerencia de hierba que sale a la superficie, aunque no muy brillante pues está quemada por la nieve. Este tramo de hierba verde sólo se presenta en esta ilustración pues en la tundra hay solamente ciertas zonas reducidas de vegetación ocultas bajo el hielo. Es raro encontrar plantas que salgan a la superficie. Los matices amarillos, ocres, anaranjados y rojos de los esquimales se conservan iguales que en otras ilustraciones..



ᐃᓄᐃᑦ ᐃᑦᓂᐅᐃᑦ



Pág 14 y 15. Ilustración 7. El iglú.

En el boceto vemos un encuadre descentrado, composición horizontal y una toma abierta del espacio, los elementos se distribuyen en el espacio según la diagramación; en este caso, el iglú tiene más peso visual que los demás elementos por su posición y la costumbre de la lectura visual de izquierda a derecha. Sin embargo, para la ilustración final (derecha) se cambió totalmente la composición pues pensábamos que los pequeños signos visuales que rodeaban al iglú sobraban en el espacio, eran redundantes en el discurso y el realizar un nuevo encuadre nos permitió enfatizar la intención del iglú junto con el discurso sonoro del tambor

Criterios cromáticos

En esta ilustración variamos la matización de la nieve pues el iglú se encuentra en una zona muy apartada de la aldea de los esquimales. Así observamos ciertos acentos cromáticos blancos en la superficie de la nieve como reflejos de la luna y como la nieve se satura y pierde brillo según se acerca al iglú.

Los tonos que rodean al iglú guardan cierta relación en el discurso visual con los destellos que despide el petrel. Como los dos elementos icónicos son mágicos en la historia sus tonos se parecen, se les matiza de la misma manera. Encontraremos también que existe relación entre estos tonos y los de Sedna, la reina del mundo marino en una ilustración posterior.

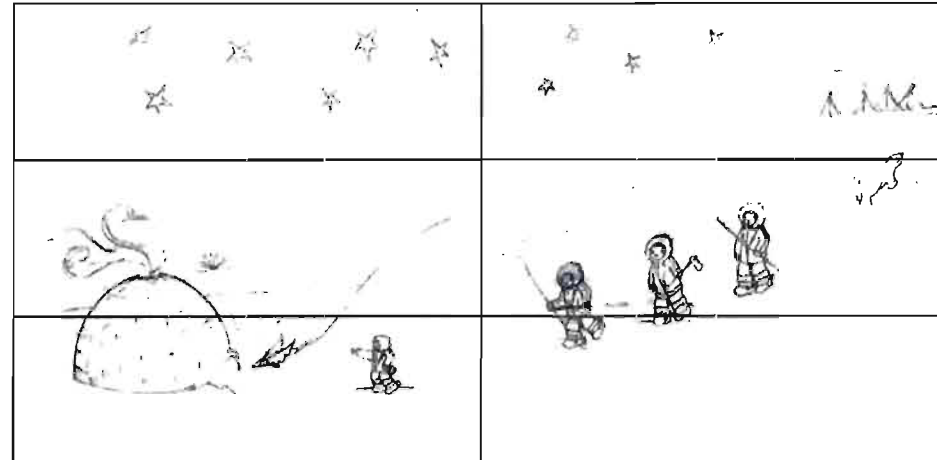


Ilustración 7



ΔοΔ^c Δ^cΓΔ^εϵ^ω

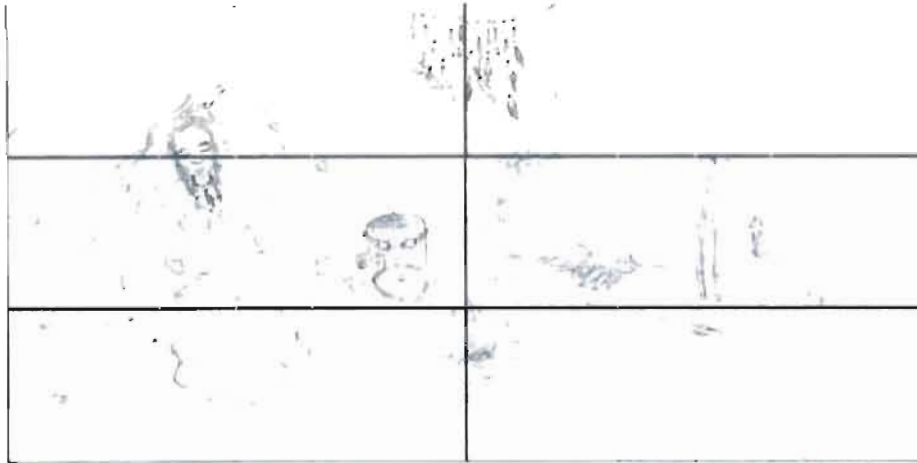


Ilustración 8



Pág 16 y 17. Ilustración 8. Angakok y Sedna.

Vemos la presentación del iglú cubierto de pieles y objetos por dentro y al otro protagonista de la historia. El viejo shamán Angakok que escucha a Sedna cerca de él, pero no la ve. La ubicación de Angakok en el plano no da la sensación de que nosotros somos Inuk o alguno de sus hermanos entrando al iglú, la composición de la apariencia de ser una *toma* frontal del otro protagonista de la historia. Angakok es lo más importante del plano, no hay competencia visual, él es el *acento*. Se usan las técnicas visuales de complejidad, profundidad, acento, irregularidad e inestabilidad

Criterios cromáticos

Encontramos el primer contraste con el contexto de nieve en el cuento, el interior del iglú. Está rodeado de pieles con matices naranjas, amarillos, sepías y rojos que van generando profundidad mientras más se acercan al centro de la imagen.

El tono amarillo alrededor de un área blanca en el piso es el reflejo no inmediato que produce el fuego dentro de un espacio cerrado. El tambor debía contrastar con el conjunto visual sin hacer que los demás signos perdieran peso, por eso se sugieren ciertos adornos rojos alrededor a manera de ligero acento cromático.

Los colores de Sedna, verdes, azules, y rojos matizándose hacia el final del trazo nos proponen la sensación de cierta ligereza, de vuelo. También vemos que el Petrel vuelve a mostrar su matiz azul saturado con un ligero brillo alrededor del cuerpo que contraste por figura-fondo con las pieles.



Pág 18 y 19. Ilustración 9. *Angakok e Inuk*

El ritmo visual de la historia cambia, esta imagen nos presenta un close up del shamán y del niño hablando sobre la magia, su posición nos da la sensación de que adquirieron confianza rápidamente, como si se conocieran de hace mucho tiempo, aunque en la historia no sea así. El hecho de cambiar de una toma abierta anterior a un close up haciendo un zoom, nos genera una sensación de sorpresa, de inestabilidad y movimiento en la historia, de sorpresa visual. Se usan las técnicas visuales de exageración y singularidad.

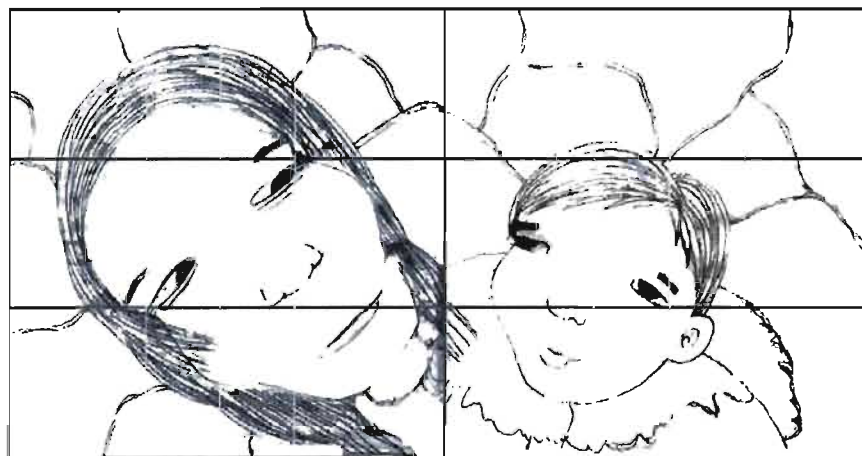


Ilustración 9

Criterios cromáticos

Se conservan los criterios cromáticos de las pieles, que aunque no son realistas muestran reflejos de tonos amarillos, naranjas y rojos. Tras los personajes manejamos una veladura azul indigo que nos genera volumen y separación de los personajes del fondo. Este tono fue usado en general en todas las ilustraciones para generar los volúmenes.

Los rostros de Angakok e Inuk se ven iluminados por matices más saturados que el tono de la propia piel haciendo más interesante su solución cromática. Se utilizan un matiz verde en la nariz para dar la sensación de frío, de que ese elemento visual es el centro de sus rostros.



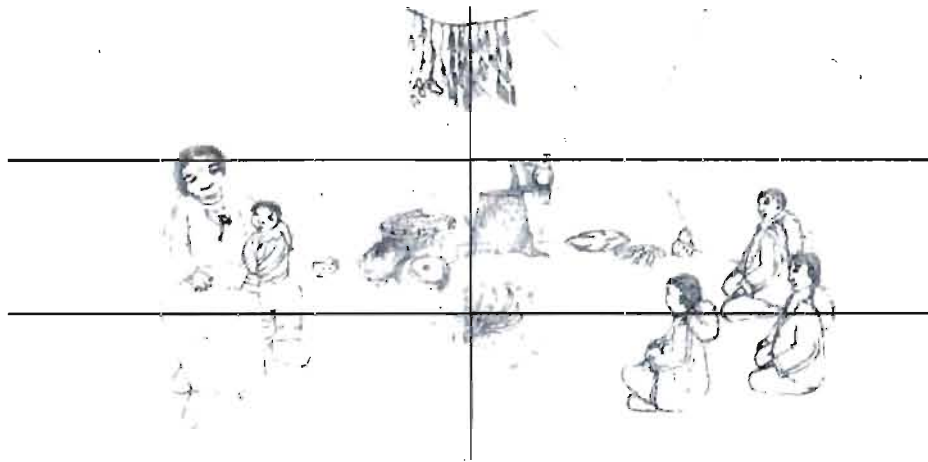


Ilustración 10

Pág 20 y 21. Ilustración 10. Inuk, Angakok y sus hermanos.

La toma se abre y vemos a Inuk sentado en las piernas de Angakok, escuchándolo con atención acompañados del tambor. Del otro lado del plano vemos a los tres hermanos de Inuk que observan con atención lo que sucede con su hermano y el shamán, están contentos de ver esa confianza entre ellos. Por la historia, el shamán y el niño son los más importantes en la imagen, sin embargo, los hermanos de Inuk son un elemento que equilibra los dos pesos visuales. Se usaron las técnicas visuales del equilibrio y la profundidad.

Criterios cromáticos

Se conservan los criterios cromáticos de las pieles, el Petrel y la nieve, además de las canastas que están en el fondo del iglú. Y mostramos a los hermanos de Inuk con sus diferentes vestimentas características de ellos en tonos ocre y sepías. Sólo se aplica una ligera variación en cuanto a la aplicación de matices para la sombra enfatizando éstos con un morado intenso y rojo bermellón que los hace más suaves.



ΔοΔ^c Δ^cΔΓΔ^{9b}



Pág 22 y 23. Ilustración 11. *Inuk se sorprende.*

Inuk se entera que es el elegido para ser aprendiz de shamán y se sorprende mucho. Vemos un close up de Inuk, con cara de sorprendido, con expresión de que no puede creerlo mientras vemos la representación del ritmo del tambor detrás de Inuk. El elemento por sí mismo es un acento. En relación con la historia es un elemento de tensión. Es una composición horizontal, con encuadre centrado, close up o acercamiento y toma frontal. Se usaron las técnicas visuales de exageración, singularidad y acento.

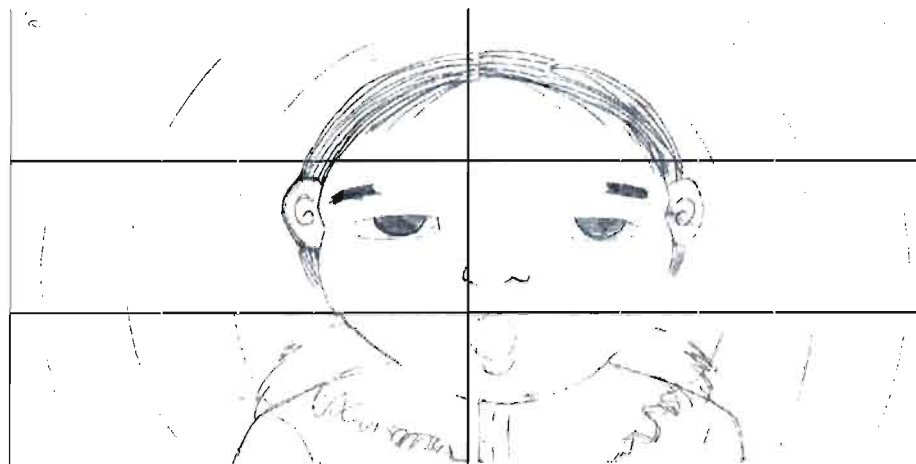


Ilustración 11

Criterios cromáticos

En esta imagen el principal criterio cromático fue hacer una dilatación cromática desde un matiz claro, el blanco, en contraste con el close up de Inuk hasta un matiz saturado como el rosa, los cuales adquieren fuerza por el fondo negro del soporte. Vemos de nuevo la matización en el rostro de Inuk con tonos rojos, naranjas y verdes en contraste con el fondo de color del personaje.



ΔοΔ° Δ°ΓΔ°



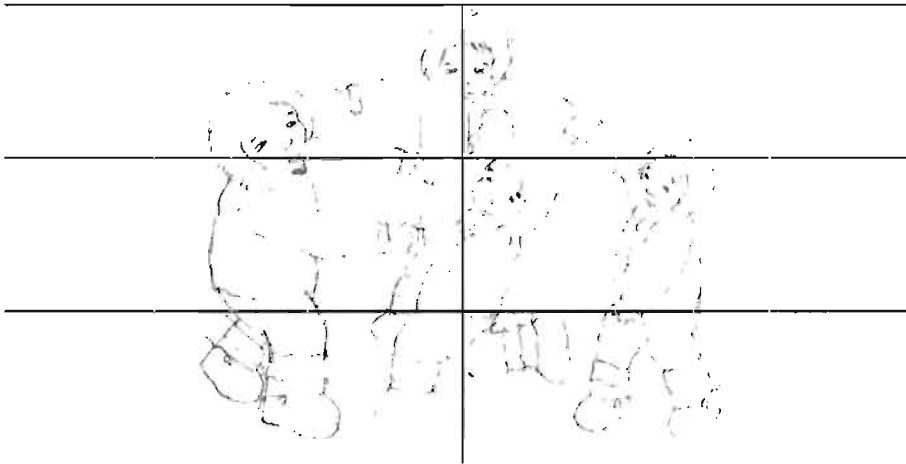


Ilustración 12



ΔοΔ^c Δ^cΔΓΔ^ΔΔ^Δ

Pág 24 y 25. Ilustración 12. Los hermanos de Inuk lo festejan.

Vemos a los hermanos de Inuk contentos por lo sucedido, uno de ellos le da vueltas a Inuk en círculos a manera de festejo, rodeado de sus otros 2 hermanos, todo dentro del iglú. La representación de Inuk con trazos curvos no da la sensación de movimiento. La toma es casi cenital, y el elipse visual formado por los tres hermanos en la ilustración ocupa todo el plano. Es una composición horizontal, con encuadre centrado. Se usan las técnicas visuales del equilibrio, profundidad y singularidad

Criterios cromáticos

Los matices que rodean a Inuk en la ilustración anterior nos proporcionan un marco para los nuevos elementos icónicos dentro del plano, además de que el tercio inferior del plano muestra cierta matización azul debido a los reflejos de la nieve y proporcionarle una base sólida a los personajes..



4.9 Caracterización

Inuk Inuk es un niño inquieto pues siempre acompaña a sus hermanos de cacería, debe llevar siempre puesta su parka y sus botas, además de que procura quitarse el gorro de la parka cuando no lo necesita. su rostro es alegre y tierno a la vez, es un niño aún pequeño.

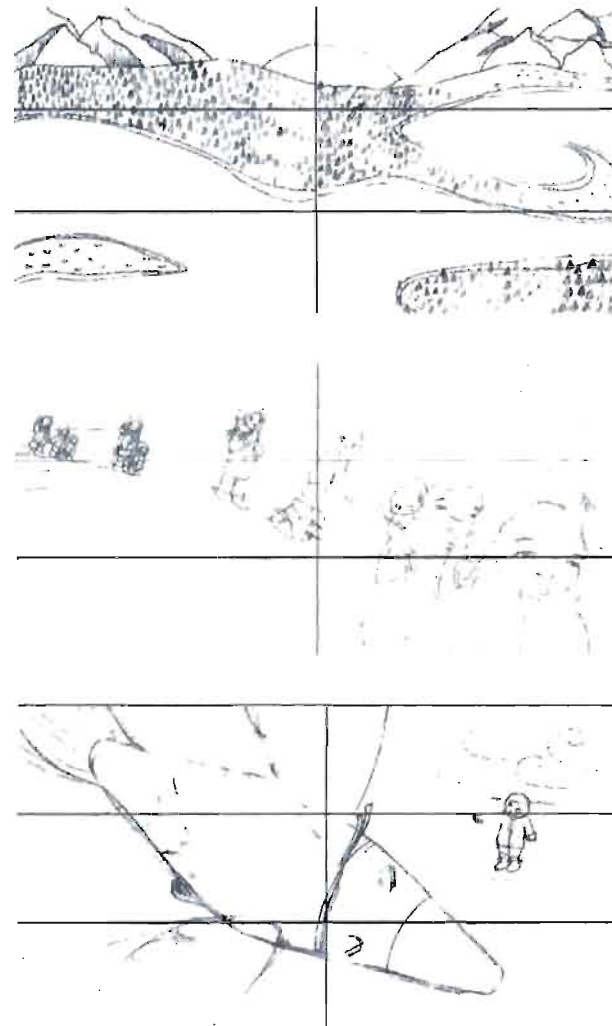
Los tres hermanos Los tres hermanos de Inuk son diferentes. El mayor usa una pequeña barba que lo distingue del resto y que lo ubica como el mayor de todos. Sus parkas son de diferentes pieles. Usan igual que Inuk parka y botas, además de ser los portadores de las armas para cazar osos y focas.

Angakok Es el shamán, pero como vive dentro del iglú no tiene necesidad de usar parka, pues la temperatura es muy agradable adentro, aunque los visitantes permanezcan cubiertos con ella pero sin la capucha. Tiene muchos amuletos colgados en el cuello porque es sabio y los ha reunido durante toda su vida.

Sedna Es la reina del mundo marino y es etérea, flota en el aire y usa una especie de velo de colores sobre su cuerpo, su cabello es largo con ciertos reflejos de brillos, es de ojos alegres con una gran sonrisa, pues es sabia y conoce toda la naturaleza.

El petrel. Es el ave mágica que conduce a Inuk al iglú, se caracteriza por los tonos de su plumaje, diferente a todas las aves reales y por portar un brillo que lo distingue como ave mágica.

4.10 Guión técnico / Storyboard



El texto tuvo que sufrir una adaptación para hacer un poco más agradable la historia, hecha para audiolibro.

Imagen: Ilustración 1, vemos el paisaje.

Audio: Narrador: Ahí está... un gigantesco y majestuoso lugar, cuyo suelo está formado por el hielo de miles de siglos atrás.

(matizando la voz dando espacio a las palabras, dando la sensación de que se va a hablar de una leyenda)

Música: Música de introducción a la historia en fade in como accediendo al lugar secretamente

*Se escucha la campanita para cambiar la página

Imagen: Ilustración 2, los esquimales caminando contra el viento.

Audio: Narrador: Allá muy lejos, (pausa) desde Alaska hasta Groenlandia, (pausa) una línea de sauces y abetos abren la puerta para conocer a las familias que siempre viajan unidas, (pausa) las familias esquimales. (pausa) Todos ellos luchan contra la furia de los vientos que el océano glacial ártico envía para detener a los viajeros.

Música: Simultáneamente se escucha la música y el efecto del viento que sopla fuertemente.

*Se escucha la campanita para cambiar la página.

Imagen: Ilustración 3, Inuk ve al petrel en el cielo

Audio: Narrador: Entre esas familias, (pequeña pausa) está la familia de Inuk, el único niño de esa tribu que puede ver al ave mágica de los esquimales, el petrel. (dándole énfasis al petrel)

Música: se escuchan cantos rituales y simultáneamente el grito del petrel como una leit motiv en fade out.

*Se escucha la campanita para cambiar la página.



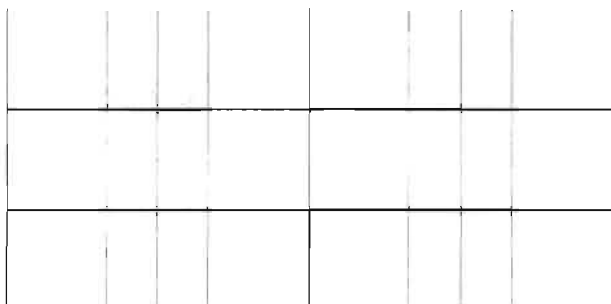


Imagen: Ilustración 4, Inuk y sus hermanos acechan al oso.
Audio: Narrador: Una noche, (pausa) Inuk y sus tres hermanos cazadores, acechaban una presa, (pausa) habían esperado varias noches la aparición de un gran caribú, tal vez una foca gorda y distraída o un gran oso al que ellos llaman nanook. (enfaticando en nanook pues el personaje está presente en la imagen)

Música: se escucha música ritual y un tambor muy ligero. Simultáneamente, los ronquidos del oso polar.
 *Se escucha la campanita para cambiar la página.

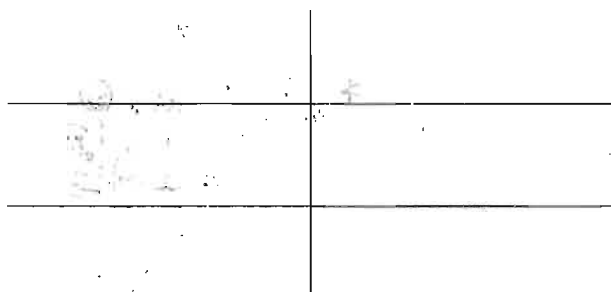


Imagen: Ilustración 5, todos escuchan el tambor.
Audio: Narrador: De repente algo llamó su atención, un extraño sonido llenaba el aire, (pausa) era un golpeteo constante, fuerte y melódico. (enfaticando los adjetivos sin perder el sentido de la oración). Todos se preguntaban de dónde venía aquel ruido. (a manera de duda)

Música: Se introduce el tambor como personaje sonoro dentro de la historia, es una melodía ritual combinada con ritmos modernos.
 *Se escucha la campanita para cambiar la página.

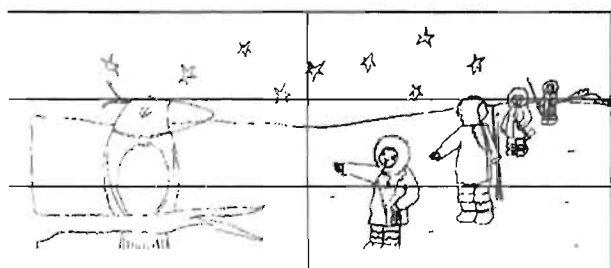


Imagen: Ilustración 6, el petrel es el guía.
Audio: Narrador: Fue entonces cuando el petrel se presentó ante Inuk y emprendió el vuelo para mostrarle el camino.(revoloteo) Los hermanos de Inuk no sabían que el pequeño podía ver al Petrel, pero sabían que Inuk poseía una gran intuición. Así que siguieron a Inuk.(con convicción y confianza)

Música: se sigue escuchando el tambor que los guía
 *Campanita



Imagen: Ilustración 7, el iglú y el petrel.

Audio: Narrador: Pronto se dieron cuenta que llegaban a un pequeño iglú que brillaba como una estrella. (pausa) Su brillo casi bailaba con el ritmo de aquel sonido, que los invitaba a entrar por una curva puertecilla. (con misterio)

Música: la música nunca se detiene y continúa con el sonido del tambor que entra en fade out.

*Campanita

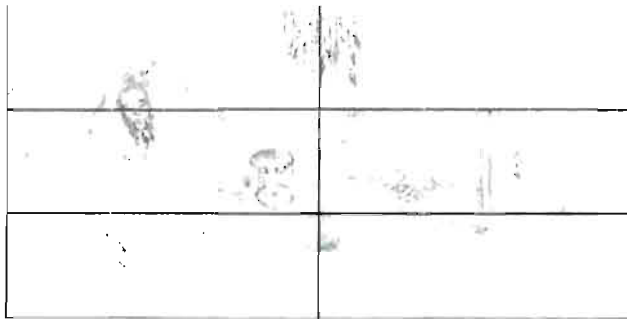


Imagen: Ilustración 8, Angakok con Sedna en el iglú.

Audio: Narrador: Cuando entraron una luz tenue iluminaba el interior. (dando la sensación de que los personajes no saben lo que van a encontrar)

Angakok: «Buenas noches, mi nombre es Angakok, el shamán de los esquimales, los shamanes casi siempre vivimos solitarios, pero mi casa recibe a todo el que siente los mensajes de Sedna, la reina del mundo marino que habla a través de mi viejo tambor.»

Música: la música cambia de ritmo y de intención volviéndose más pausada y tranquila.

*Campanita

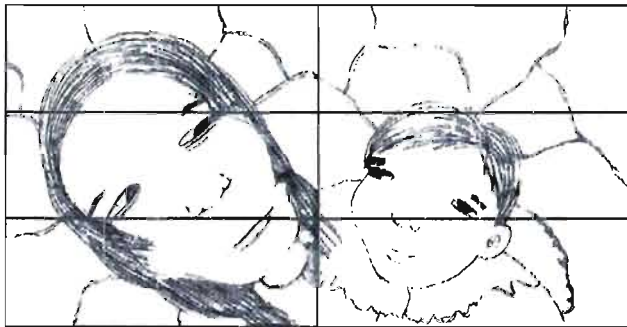


Imagen: Ilustración 9, Angakok e Inuk, close up.

Audio: Narrador: Inuk, intrigado por su anfitrión, preguntó rápidamente

Inuk: «Y usted señor Angakok... ¿hace magia?»

Angakok: «Todos los seres hacemos magia. Y dime, ¿tú haces magia?»

Inuk: «No sé», Narrador: dijo Inuk, Inuk: «cada vez que nuestros perros husky se cansan de jalar el trineo hablo con ellos, los acaricio, y empiezan a levantarse y a seguir el camino ¿eso es hacer magia?»

Música: entra un nuevo instrumento que acompaña a los personajes.

*Campanita

ΔοΔ° Δ°ΓΔ°



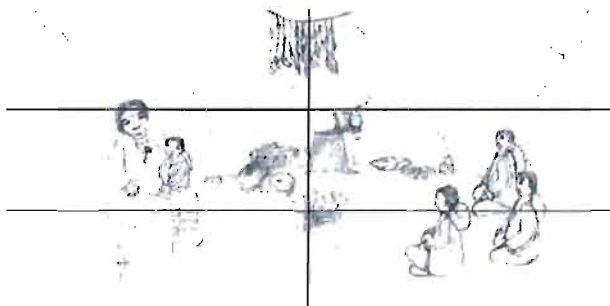


Imagen: ilustración 10, todos en el iglú.

Audio: Angakok: «Sí, eso es magia. Los hechizos creados sinceramente con el ingrediente más poderoso del universo, el amor.» Narrador: dijo Angakok

Inuk: «¿La magia fue la que nos trajo hasta aquí?», Narrador: preguntó ansioso Inuk.

Angakok: «Si Inuk, los trajo el llamado de Sedna desde mi viejo tambor. Ella sabe que debo encontrar un sucesor de mi magia.» Narrador: dijo Angakok

Música: Se escucha un piano lejano que acompaña al diálogo
*Campanita

Imagen: Ilustración 11, Inuk se sorprende.

Audio: Hermano de Inuk: «Y... ¿cómo lo vas a encontrar?» Narrador: preguntó un hermano de Inuk.

Angakok: «El tambor mágico me ha dicho que es Inuk» Narrador: dijo Angakok con voz profunda.

Inuk: «¿Yo?» Narrador: exclamó Inuk sorprendido.

Angakok: «Sí, el tambor te eligió porque eres valiente, de buen corazón y el único capaz de ver al petrel.» Narrador: dijo el shamán.

Música: Se escuchan al fondo gritos de celebración

*Campanita

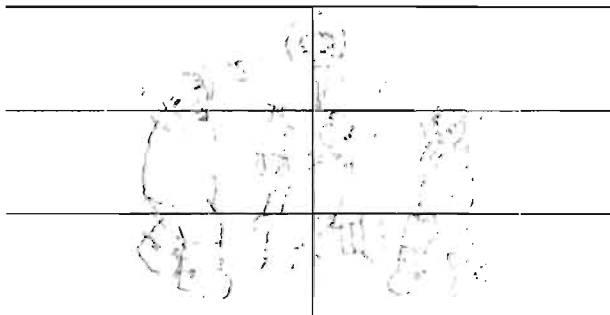
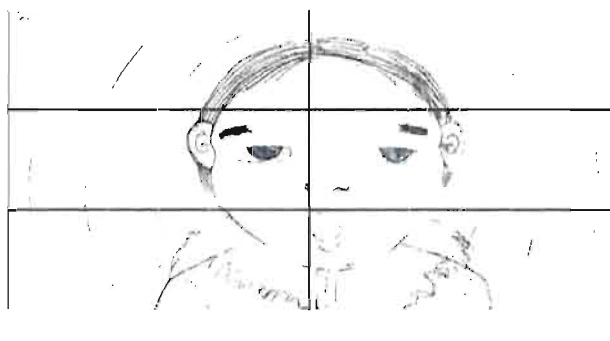
Imagen: Ilustración 12, todos celebran.

Audio: Narrador: Inuk brincando de alegría dijo

Inuk: «Que emoción, mi madre estará feliz de escuchar esta gran noticia, ¡voy a ser aprendiz de shamán!»

Angakok: «Ahora que has sido elegido Inuk, tienes un largo camino por recorrer, te enseñaré a hablar con el Petrel, a reconocer el llamado de Sedna y a ver la magia en cada rincón de nuestro mundo, regresa a la aldea con tus hermanos y espera el llamado del shamán, el golpe de tambor te dirá cuando debes venir conmigo» Narrador: dijo con voz serena Angakok.

*Campanita



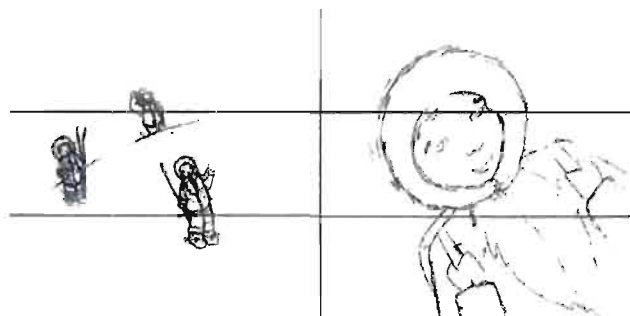


Imagen: Ilustración 13, Inuk se despide.

Audio: Narrador: Inuk emocionado salió del iglú junto con sus hermanos, esperando para darle la gran noticia a su mamá. (pausa) Al pasar el tiempo de las tormentas, Inuk escuchó al tambor, preparó su parka, sus botas y después de una bella despedida, partió hacia su aventura más grande, la preparación para convertirse en el shamán de su tribu.

Música: empieza a hacer fade out, se escucha el tambor y sonidos rituales.

*Se escucha el final de la melodía.

Producción

4.11 Elaboración de ilustraciones

Si el diseño gráfico es un proceso en donde es necesaria la investigación y la información para ofrecer mejores soluciones visuales, entonces realizamos una investigación que utilizamos como marco de referencia tanto contextual, como formal y cromático para las ilustraciones. Gracias a esta investigación fue posible definir los criterios formales de caracterización de personajes, los criterios cromáticos que definieron el uso de ciertos tonos al principio del libro y del cambio de esos tonos al final, por la interacción con la música y aplicación de ciertos detalles en las ilustraciones que nos permiten ofrecer a los niños información que no conocen sobre este grupo étnico.

Las técnicas visuales definidas en el apartado de composición y la definición de conceptos de toma cinematográfica nos otorgaron un marco de referencia conceptual y formal para la com-

posición de cada una de las ilustraciones, además de la diagramación en tercios en donde se explora el uso de la gravedad, la asimetría y los pesos visuales distribuidos en un espacio que nos generan la sensación de profundidad, por el manejo de los planos. En cuanto al color usamos como referencia una paleta de matices azules, verdes y amarillos retomados de fotografías de este contexto geográfico. Aunque en algunas imágenes aparezcan demasiados contraste sobre todo de intensidades de tono, se debe, a que la referencia es así, presenta esos contrastes en la realidad. Gracias al proceso de la cromosíntesis sustractiva es posible que este audiolibro pueda ser fácilmente reproducido sin perder ningún matiz en la imprenta.

Retomando que nuestra principal función es comunicar un mensaje, partimos de la idea de comunicarle a los niños el contexto geográfico de un grupo étnico como los esquimales y de compartirles una historia antigua que puede ser representada de diferentes formas, el traspasar el conocimiento mágico-mítico de generación en generación; la importancia de la jerarquía en los grupos, la importancia del uso de la fantasía y la magia como elemento de interés en la historia y la propuesta del audiolibro como un soporte audiovisual accesible que aún aprovecha la fuerza comunicativa del libro como medio de aprendizaje.

4.12 Criterios sonoros

El principal criterio sonoro fue el considerar una voz femenina para hacer el papel del narrador, pues los niños se identifican muy bien con las voces femeninas en narraciones en voz alta, desde un sentido pedagógico, a excepción de las películas animadas en donde intervienen otros elementos sonoros.

El papel de la narrador era fundamental en el trabajo, considerando que ésta ya tenía experiencia en este tipo de trabajo, se le puntualizaron solamente ciertos aspectos de como se quería la voz para la narración, considerando que el cuento está relacionado con un ritual y con la magia.

El siguiente criterio fue la música. Nuestra intención era conseguir música creada por los esquimales, sin embargo, al conocer sus costumbres nos fue imposible encontrar música grabada de ellos pues es música ritual que no permiten que se grabe bajo ninguna circunstancia. De tal modo, que la solución al problema de la música estuvo a cargo de grabaciones previamente hechas de los nativos americanos, pues las etnias nórdicas son las que influenciaron a estos grupos musicalmente. Estas grabaciones enfatizaban nuestra intención de tener varios instrumentos, en especial el tambor, como sonido percusivo principal y las flautas para lograr una armonía con respecto a la historia.

El siguiente criterio sonoro fue el considerar un timbre agudo para el instrumento que acompañara los cambios de página en

el cuento, además de hacerse presente simultáneamente a la música. Otra consideración especial fue el ritmo sonoro, es decir, el conservar la reproducción de la música durante todo el libro sin hacer pausas entre los cambios de página, para hacer un conectivo entre una imagen y otra, según nuestro discurso sonoro.

El discurso sonoro del audiolibro tenía como principios básicos las percusiones, el ritmo lento del tambor y los cambios en la música introduciendo ciertos instrumentos que enfatizaban la intención como la flauta y el piano.

La consideración para los efectos que acompañan al ave y al oso tenía menos jerarquía en el discurso en comparación con la música, pues la intención era hacer presentes esos elementos como personajes sonoros solo por un momento.

Idealmente en este tipo de trabajos se solicitan los servicios de tres o más locutores que puedan interpretar las voces de todos los personajes matizándolas según sea el caso. Debido a una falta de recursos, en este proyecto se utilizaron solamente dos voces para hacer los efectos de cuatro personajes.

La grabación de la música, las voces y los efectos se realizó en un estudio pequeño de manera digital, así como la edición.

4.13 Grabación de sonido

La grabación de sonido se realizó en cuatro etapas: la primera fue la concepción del guión de la música y los efectos con base en el storyboard, y en las grabaciones obtenidas. La segunda consistió en hacer ensayos de la voz con la música, proceso análogo al bocetaje de las ilustraciones, la tercera fue la grabación de las pistas o tracks a utilizar en la computadora para hacer un ensayo final junto con la música y la voz, en el micrófono profesional para finalmente hacer la grabación de la voz en un solo canal, para utilizarla después en la edición del trabajo.

Primera parte: Se consiguieron grabaciones de nativos americanos, las cuales, después de escucharlas nos sirvieron como una referencia sonora para realizar el guión de la música. Este guión consistía en enfatizar las percusiones y los sonidos new age, contenidos ya en la música. Así se encontraron cuatro tracks de dos cd's: Mystic Journey, de música mística y espiritual, Sacred Spirit, obtenida de grabaciones originales de nativos acompañada con música new age; además de discos compactos con efectos de la naturaleza y de animales, de donde se obtuvieron los efectos del oso y del ave.

Segunda parte: Teniendo ya el material a usar, se hicieron ensayos con la voz, la narradora se guió con la música y el ritmo de los compases para hacer sus pausas en el texto. Si se deseaba enfatizar más a un personaje o a un fragmento de la narración se elegía otro track hasta encontrar el adecuado.

Tercera parte: Después de la recopilación de todos los elementos sonoros incluyendo la voz y los efectos, se vaciaron en un archivo digital que posteriormente sería grabado en disco compacto. Cada una de las pistas, además de la pista de la voz se grabaron en canales separados para su posterior edición. Siguiendo el guión y el storyboard, se ordenaron los tracks según el discurso sonoro

Cuarta parte: Teniendo ordenados los tracks y haciendo algunas correcciones en la grabación de la voz se prosiguió con la inserción de los efectos de cambio de página y de los animales y el viento.

Post producción

4.15 Edición

La edición se hizo en un programa llamada Audio Studio de Adobe, donde se pueden mezclar tracks, añadirles efectos y adelantar o atrasar su reproducción. Se manejaron alrededor de quince canales diferentes para todo el material, los cuales se encontraban de manera alternada en el archivo para que tuvieran congruencia al oído.

Se insertó primero el track número 4 de Mystic Journey, siguiéndole, el track 6, el 10 y el 11. Además de los tracks 4 y 6 de Sacred Spirit. El efecto para cambiar la página fue hecho directamente en un teclado pues el encontrado en los discos de efectos no satisfacía completamente nuestra intención, era demasiado largo o demasiado grave.

Según nuestros criterios sonoros se pretendía hacer un track completo que al escucharlo sonara místico, espiritual, sin perder ritmos interesantes de las percusiones y pensando que es para niños.

Se incluyó posteriormente un track independiente en el cd con las instrucciones para pasar las páginas del cuento. El audio en total tiene una duración de 14 min con 40 seg. Tiempo estimado de atención para niños de las edades nuestros receptores.

La acción fundamental en la edición viene desde el guión, según nuestro asesor en audio y realizador de la edición, Carlos Venegas, músico profesional, sin un buen guión es mucho más laborioso el proceso de grabación y más aún de la edición. El trabajo alrededor del audio se tomó aproximadamente 48 horas repartidas en varios días desde los ensayos hasta la edición y grabación del master de audio.

Al tener casi todo ordenado, la etapa final de la edición consiste en ecualizar, y manejar los volúmenes de los tracks para enfatizar la voz o cualquier efecto de los personajes.

La edición del cuento consistió en el scanneo de las imágenes en alta resolución, además de compaginarlas, es decir, teniendo como referencia un dummy a lápiz del cuento, se arma la edición del mismo numerando las páginas contando los 4 forros exteriores e interiores. Posteriormente ese armado de imágenes se manda a imprenta para que al momento de doblar las

páginas coincidan perfectamente todas las mitades. En la edición también se incluye la adaptación de los elementos tipográficos del título al soporte del disco compacto en una curva. El criterio cromático es muy sencillo teniendo un fondo azul y tipografía blanca.



Este trabajo de investigación tiene como resultado la aplicación teórica y práctica de los conocimientos adquiridos en la carrera. Mi formación académica me permitió realizar un proceso formal donde, en el desarrollo, establecí conexiones teóricas con la práctica de la disciplina que es el diseño gráfico. El método de sistematización de la información, en el cual, la consulta de diversas fuentes fue fundamental reunió una serie de parámetros teórico-conceptuales y prácticos que sirvieron para un posterior proyecto de maestría donde serán analizados con más profundidad.

Concretamente, la propuesta de *El misterioso tambor de Angakok*, fue un agradable proceso de ensayo-error, que se observó desde el bocetaje. La calidad del trazo mejoraba junto con el concepto y composición de las ilustraciones, así como los ensayos aportaron beneficios al disco compacto, en cuanto al diseño del guión y del storyboard, además del orden del discurso sonoro. La idea previa al recibir ajustes por criterios formales y sonoros se hacía más concreta y más sólida. El motivo principal de la elección de los temas de esta tesis fue la adquisición de más conocimiento y la reafirmación del ya obtenido en la carrera.

Concluyo que el estar en contacto con el contexto cultural y social de nuestro entorno, amplía nuestras posibilidades como diseñadores gráficos pues esto nos brinda alternativas de concepto y de composición como profesionales del diseño.

La investigación sobre el tema a diseñar también aporta ideas y beneficios sobre el concepto y la composición de lo diseñado. Noté

también en el desarrollo del documento, que es vital estar constantemente actualizado sobre la profesión, pues nuestras instancias sociales, económicas y culturales van cambiando, or lo tanto, nuestra profesión se adaptará a todas estas instancias para dar soluciones con ideas más interesantes, evolucionará junto con los usuarios.

La versatilidad de la propuesta aporta a sus usuarios, niños entre 7 y 12 años, una experiencia multimedia, pues puede percibirse desde distintos ángulos; como soporte visual y editorial (ilustración) y como soporte sonoro (cuento en disco compacto). La conexión que se hace entre imagen y sonido es interesante y aporta movimiento a cualquier solución gráfica.

Observamos que el dominio de una técnica y la aportación de un estilo definido son dos de las características más importantes del ilustrador como profesional creativo. El lograr dar el efecto deseado a las imágenes es un proceso también de ensayo-error hasta conseguir la maestría en la práctica del mismo.

La grabación y edición del disco compacto, previo ensayo de la narrador y del músico, me marcó un parámetro de acción para este tipo de soportes y trabajos, especialmente cuando llevan involucrada música no original.

La elaboración de las ilustraciones, el diseño del libro y la grabación del sonido, son para mí, procesos análogos, por ser creativos en donde es importante el conocimiento previo para su organización, pero eso no impide la constante experimentación, bús-

queda y nuevo aprendizaje haciendo el trabajo. En el recorrido de hacer esta tesis reafirmé que todos los proyectos requieren de 80% conocimiento previo para elaborar bocetos y guiones y de un 20% de aprendizaje sobre la marcha en donde se descubren nuevas acciones que incidirán en posteriores proyectos.

Mi aportación académica es el reflejo de este proceso de decisión-aprendizaje en donde se aplican los conocimientos de la carrera, los cuales en un contexto real, propician nuevas conexiones teóricas y prácticas.

En especial, la aportación del audiolibro es mostrarlo como un ejemplo de soporte multimedia sin ser precisamente digital como tantos soportes modernos, como la página web, el video o el cine mismo.

El disfrutar de esta experiencia de estudio y de práctica es sin duda una pauta para replantear de algún modo mi forma de ejercer el diseño gráfico y asumirme nuevamente como profesional del diseño, haciendo más sólida mi toma de decisiones al momento de estructurar cualquier soporte. La experiencia laboral también me ha servido como parámetro para analizar mi profesión y saber de que manera se pueden aplicar los conocimientos de la carrera de la mejor manera sin alterar el proyecto.

Toda la investigación me aportó ideas para posteriores proyectos profesionales, así como dió énfasis en mi deseo de ser ilustradora.

1. a! Diseño Gráfico No. 26, julio/agosto 1996, año 5
2. a! Diseño Gráfico No. 28, noviembre/diciembre 1996, año 5
3. a! Diseño Gráfico No. 24, marzo/abril Edición especial Cancún 95 1996, año 5
4. a! Diseño Gráfico No. 45, octubre/noviembre 1999, año 8
5. a! Diseño Gráfico No. 30, marzo/abril Edición especial Guanajuato 97 1997, año 6
6. ACHA, Juan, Teoría del dibujo, 1999, Ediciones Coyoacán S.A. de C.V., México, D.F., pp. 152
7. ADORNO, Theodor, El cine y la música 1976, Ed. Fundamentos, Madrid, Esp., pp. 188
8. ALKIN, Glyn, Grabación y reproducción del sonido 1988, CUEC, UNAM, México, D.F. pp.222
9. BAQUERO, Mariano, ¿Qué es la novela, qué es el cuento?, Universidad de Murcia, 1998, 3ª. Edición. Murcia, Esp., 164 pp
10. C.CERRILLO, Jaime, La literatura infantil y su didáctica, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 1999, Cuenca, Esp., 190 pp.
11. COCHRAN, Lee, Técnicas audiovisuales 1955, Ed. Pax México, México, D.F. pp.278
12. COLYER, Martin, Cómo encargar ilustraciones 1994, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp 144
13. CRITTENDREN, Roger, Manual de edición cinematográfica 1983, CUEC, UNAM, pp. 208.
14. CHÁVES, Norberto, El oficio de diseñar, 2001, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp.182
15. CHION, Michel, El sonido, 1998, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, Esp. Pp.414
16. CHION, Michel, La audiovisión, 1993, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, Esp. Pp.206
17. DE BUEN, Jorge, Manual de diseño editorial 2000, Ed. Santillana, México, D.F., pp. 398
18. DONDIS, Donis A. La sintaxis de la imagen 1973, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp. 214
19. Eskimo art
20. FABRIS, Germani, Fundamentos del proyecto gráfico. Ed.G.Gilli
21. FRUTIGER, Adrian, Signos, símbolos, marcas y señales, Ediciones G.Gilli S.A. de C.V., México, D.F., 3ª. Edición 1994
22. GALLARDO CANO, Alejandro, Curso de Teorías de Comunicación, Editorial Cromocolor, 2da. Reedición, 1998 México, D.F. pp. 168
23. GARCÍA LANDA, José Angel, Acción, relato, discurso, Ediciones de la Universidad de Salamanca, 1998, Salamanca, Esp., 198 pp
24. GATES, William, El nuevo papiro, Ed. Anaya Multimedia 1987, Madrid, Esp., 2ª. Edición. 674 pp
25. GIACOMANTONIO, Marcello, La enseñanza audiovisual 1976, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp. pp. 214
26. GÓMEZ DEL MANZANO, Mercedes, El protagonista niño en la literatura infantil del siglo XX, Narcea S.A. Ediciones, Madrid, Esp., 304 pp
27. GONZÁLEZ MORANTES, Carlos y DÍAZ PALAFOX, Guillermo, Introducción al lenguaje audiovisual. 1991 UAT, SEP, Tlaxcala, Tlax. Pp. 476
28. HAHN, Harald, El gran libro del CD Rom, Alfaomega Grupo Editor, 1996, 2ª. Edición, México D.F. pp. 436
29. HENDLEY, Tony, CD Rom and optical publishing systems, Meckler Publishing Corporation, 1987 USA, Westport, CT, pp. 150
30. HOUDÉ, Olivier, Diario de ciencias cognitivas, Amorrortu editores, Bs. As., Argentina, 2003, 498 pp.
31. Inuit Kanatami Booklet
32. KEMP, Jerrold , Planificación y producción de materiales audiovisuales 1973, Representaciones y servicios de ingeniería S.A., México, D.F. pp.292

33. KENT JONES, Richard, *Métodos didácticos audiovisuales* 1973, Ed. Pax México, México, D.F. pp.282
34. KUPPERS, Harald. *Fundamentos de la teoría de los colores*
35. LA FERLA, Jorge, *Medios audiovisuales*, 1999, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Bs. As., Arg. pp. 328
36. LAZAR, Judith, *La Ciencia de la Comunicación*, Publicaciones Cruz O., S.A., 2da. Reimpresión, 1995, México, D.F. pp. 118,
37. *Matiz gráfico del diseño internacional*, 1998, no. 14 Año 2, vol. II
38. *Matiz gráfico del diseño internacional*, 1997, no. 8 Año 1, vol. I
39. *Matiz gráfico del diseño internacional*, 1998, no. 13 Año 2, vol. II
40. *Matiz gráfico del diseño internacional*, 1997, no. 9 Año 1, vol. I
41. *Matiz gráfico del diseño internacional*, 1998, no. 12 Año 1, vol. I
42. Maza Pérez, MAXIMILIANO y Cervantes de Collado, CRISTINA *Guión para medios audiovisuales* 1994 Ed. Alhambra Mexicana, México, D.F. 404
43. Morris, CHARLES, *Fundamentos de la teoría de los signos*, 1971, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, Esp. Pp. 126
44. Müller Brockmann, JOSEF *Historia de la comunicación visual* 1998, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp. 176
45. NAKAJIMA, Heitaro, *Compact disc technology*, Ohmsa, Ltd. 1992, Tokio, Jpn. 232 pp.
46. *National Geographic Magazine*. No.3 vol.193 Marzo 1998 «Nomads of the artic»
47. *National Geographic Magazine*. No.5 vol.191 Mayo 1997 «Alaska Bike Trek»
48. *National Geographic Magazine*. Agosto 2001 «Frozen inferno»
49. *National Geographic Magazine*. Julio 2001 «Grizzly corneres
50. *National Geographic Magazine*. Diciembre 2000 «Polar bears»
51. *National Geographic Magazine*. Diciembre 1998 «Nunataks»*National Geographic Magazine*. No.3 vol.192 Septiembre 1997 «A dream called Nunavut»
52. NEWMAN, Barbara, *Manual de psicología infantil*. Editorial Limusa, 1986, México, D.F., 266 pp.
53. ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHAMALO, Jesús, *Técnicas de comunicación en radio*. Ediciones Paidós, México, D.F. 1994 pp. 157
54. PALMER, Jean, *KLIATT Audiobook Guide*, Libraries Unlimited, 1994, Englewood, Co., 238 pp.
55. *Pedagogía y psicología infantil*, Biblioteca práctica para padres y educadores, Ed. Cultural S.A., 1997, Madrid, Esp., 200 pp.
56. Perfect, CHRISTOPHER *Guía completa de la tipografía* 1994, Ed. Blume, Barcelona, Esp., pp. 224
57. PISANTY, Valentina, *Cómo se lee un cuento popular*, Ediciones Paidós, 1995, Barcelona, Esp., 216 pp. BRIZUELA, Leopoldo, *Cómo se escribe un cuento*, Librería «El Ateneo» Editorial, 1993, Buenos Aires, Arg., 264 pp
58. POHLMANN, Ken, *The compacto disc handbook*, A-R Editions Inc., 1992, Madison, Wisconsin, 348 pp
59. Prieto Castillo, DANIEL *Diseño y comunicación*, 1994, Ediciones Coyoacán S.A. de C.V., México D.F. pp. 194
60. *Psicología infantil y juvenil*. Océano Multimedia, 1997, Barcelona, Esp., 332 pp.
61. SÁNCHEZ CORRAL, Luis, *Literatura infantil y lenguaje literario*, Ed. Paidós, 1995, Barcelona, Esp., 234 pp.
62. Sanz, JUAN CARLOS *El libro del color*, 1993, Alianza Editorial, Madrid, Esp., pp. 205
63. Serrano Barquín, Carolina y Rodríguez Estrada Mauro, *Creatividad sensorial*, Editorial Pax, México D.F., 1995, pp.102

64. Slade, CATHARINE Enciclopedia de técnicas de ilustración 1998, Ed. Acanto, Barcelona, Esp., pp. 177
65. Swan, ALAN Cómo diseñar retículas 1990, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp. 144
66. Swann, ALAN Bases del diseño gráfico 1990, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp. 144
67. Vagón Literario, Ed. Santillana No. 5 2002 Año I
68. Vagón Literario, Ed. Santillana No. 5 2002 Año I
69. Wong, WUCIUS Principios del diseño en color 1987, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, Esp., pp. 100
70. Woolman, MATT Sonic graphics / seeing sound Thames and Hudson, Londres, R.U., pp. 176

www.ilustracion.org

www.britannica.com

www.itk.ca

www.chrisvanallsburg.com

www.ucsd.edu.com

www.soko.com.ar

www.virtual.unal.edu.co

www.alasdeagulla.com