

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

**“La Fotografía en el Diseño Gráfico y su aplicación en la
conformación de carteles: una propuesta para
la difusión del dulce mexicano”**

TESIS

Que para obtener el título de

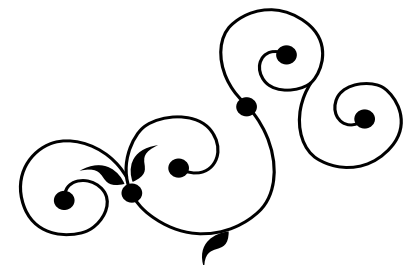
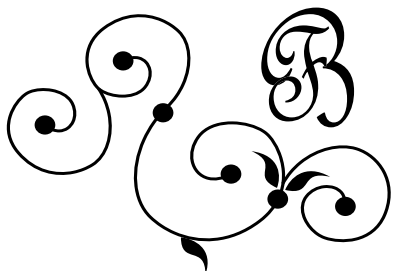
Licenciada en Diseño Gráfico

Presenta

Berenice Ileana Ortiz Plascencia

Asesora D. G. Ana María Cárdenas Vargas

Noviembre 2011





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Agradecimientos

La presente tesis es un esfuerzo, en el cual quiero dar las gracias primeramente a Dios, por ser quien ha estado a mi lado en todo momento, dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten, así como también permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida.

A mis padres, Lucina y Hugo, por darme la vida, una maravillosa formación, la estabilidad emocional, económica y sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes.

A mi hermano Víctor Hugo por los comentarios, sugerencias y opiniones, además de ser un buen amigo, eres la mejor compañía para compartir el mismo techo.

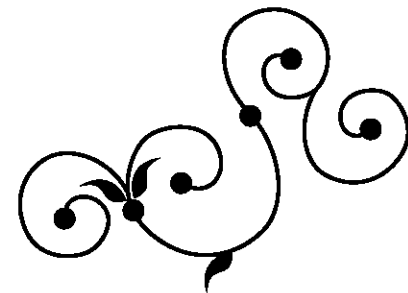
A toda mi familia, por estar conmigo, por darme el ejemplo de superación y valores, sobre todo por hacerme sentir y saber que tengo un gran apoyo en ustedes.

También les agradezco a mis amigos Bela, Beto, Ade, Marianis y Pam, a esos amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí, compartiendo grandes momentos, recuerdos y brindándome todo su apoyo.

A mi asesora y amiga Ana por permitirme seguir, después de largo tiempo, gracias por los consejos, la paciencia y las opiniones que sirvieron para que me sienta satisfecha con mi proyecto de investigación.

A todos les dedico esta tesis porque es una muestra de mi cariño y agradecimiento.

*“El amor verdadero hace milagros, porque el mismo es ya el mayor milagro.”
Amado Nervo*



Las cosas pequeñas son las más importantes

Si yo pudiera volver tiempo atrás, no sentiría esta nostalgia oscura que me invade y atormenta como un intruso, pero durante este silencio, mi alma comienza el recuento conmigo y la ilusión para encontrar un corazón que lata junto al mío.

La vida me ha dejado experiencias, que he llevado ahogadas durante tanto tiempo en mi corazón, sin embargo, en este lejano amanecer de raíces y lágrimas, vengo a ensayar mi discurso de soledades, expirando a los torbellinos por los recuerdos que me traen sobre mis tempestades.

Ahora pienso que las pequeñas cosas son las que construyen mi mundo, que están al alcance de todo ser humano para tomarlas, vivirlas y disfrutarlas, solo que depende de cada uno reconocerlas para hacer que formen parte de su espacio, donde se valore y disfrute lo que se tiene, para empezar nuevamente una vida con amor.

Un mundo sin amor es una perdición, pues cada día a mi despertar, observo que no por tener grandes palacios y riquezas, se es poderoso, ni por dirigir miles de ejércitos, se dominará a la humanidad.

Existen personas que se creen ser dueños de todo el Universo, pero ¿de qué les ha valido sentirse fuertes, poderosos, creer dominar el mundo o el tener miles de ejércitos? si en sus vidas y corazones jamás han gozado de las pequeñas cosas que valen más que todo el dinero o el poder, como el olor de una flor, el caer de la lluvia a través de una ventana, ser arropado en una noche fría por la persona querida, mirar con dulzura a alguien que te quiere, sentir un dulce beso y abrazo de apoyo, cuando menos te lo esperes, compartir una sonrisa sincera con la persona que amas, caminar descalzo por los verdes prados para sentir la energía de la naturaleza o sentir la fuerza del viento y gritar la palabra libertad.

Así expreso como mi mundo tiene tantas cosas pequeñas, pero valiosas y de amor, que pueden ser compartidas, puesto que son las más bonitas y las que yo puedo disponer.

Nunca tendré palacios, no dominaré el universo y jamás tendré ejércitos, tal vez, ante los que se creen poderosos seré pobre, pero me siento inmensamente rico por todas estas pequeñas cosas de las que puedo disfrutar, por tenerlas y se encuentran

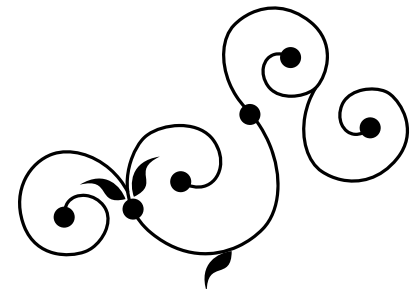
al alcance de mi mano, sobre todo que las llevo guardadas en lo más hondo de mi corazón para poder compartir.

Te he buscado en mis sueños, entre nubes y el cielo, en mi caminar solitario, le comento a tu sombra, que cuando llegues me darás la alegría, mi vida será tu vida, veré los amaneceres con mas armonía, se que un día el viento te traerá para llenar de felicidad mi vida y así quitar las penas que han agobiado mi alma.

Con la vela prendida en mi oscuridad te espero, pues es imposible sacarte de mi mente, ya que en mis nostálgicas tardes, miro al cielo con el afán de encontrarte, cuento las nubes, cada una tiene algo de ti, simetrías prendidas en mi ojos, deseos de verte siempre, ganas de verte y tenerte junto a mí.

“Amor”, todas las pequeñas cosas que la vida me ha dado valen mucho mas y tuyas son, si las quieres compartir conmigo hasta el resto de nuestras vidas.

*Francisco Sierra Serrano
(España, Barcelona)*

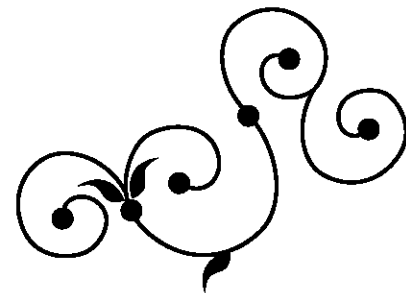


Dedicatoria

*Madre, que serás siempre mi inspiración para alcanzar mis metas, por enseñarme
que todo se aprende y que todo esfuerzo es al final recompensa.
Tu esfuerzo, se convirtió en tu triunfo y el mío.*

*Padre, quiero que te sientas muy orgulloso de este logro, así como también sientas este
sea un reconocimiento a tu gran esfuerzo en la vida.*

A los dos LOS AMO y gracias por su apoyo y amor



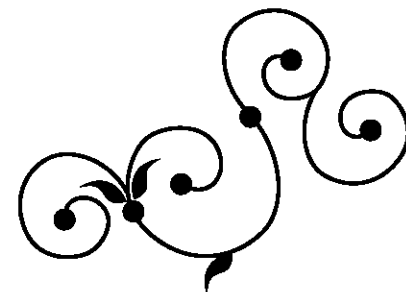
Dedicatoria

Esta tesis es un regalo que hago también a una gran ser humano y que porque por primera vez le puedo decir: Te amo Paco, gracias por ayudarme a proseguir mi estudio y terminarlo, a pesar de mi carácter estuiviste a mi lado.

Por eso te dedico a ti Paco este proyecto de finalización de mi carrera, dándote las gracias por haber permanecido a mi lado en todo momento corazón, por todo esto y más te reitero firmemente que eres una fabulosa persona, lo mejor que me ha pasado en la vida, un gran amigo y amor, que pesar de lo que muchos dirán o pensarán, siempre serás y eres lo más importante para mi.

Este trabajo considéralo también parte tuyo, porque tiene la gran ayuda que me diste, así que te agradezco Francisco tu paciencia, comprensión, cariño y amor durante esta parte de mi vida.

Gracias mi amor
GRACIAS AMOR



INTRODUCCIÓN.....	13
-------------------	----

Capítulo I

EL DULCE MEXICANO

Objetivo: Conocer el origen e importancia del dulce mexicano.

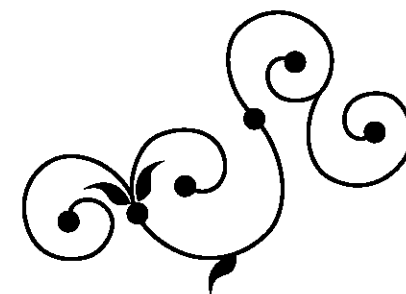
1.1 Antecedentes históricos.....	17
1.1.1 México Prehispánico	
1.1.2 Época Colonial	
1.2 Clasificación y diversidad de dulces mexicanos.....	21
1.2.1 Frutas	
1.2.2 Miel	
1.2.3 Azúcar	
1.2.4 Chocolate	
1.3 El dulce mexicano en la actualidad.....	25
1.3.1 Tradición e identidad	
1.3.2 Épocas y festividades	
1.3.3 El dulce regional	
1.4 Dulcería de Celaya.....	35
1.4.1 Historia	
1.4.2 Localización	
1.4.3 Exportación	

Capítulo II

LA FOTOGRAFÍA Y EL DISEÑO GRÁFICO

Objetivo: Conocer la evolución de la fotografía a través del tiempo y la relación que tiene dentro del diseño gráfico.

2.1 Antecedentes de la fotografía.....	39
2.1.1 Historia	
2.1.2 Principios	
2.1.3 Evolución	
2.2 Fotografía moderna.....	46
2.2.1 Fundamentos	
2.2.2 La fotografía en nuestros días	
2.3 Conocimientos básicos de la fotografía análoga.....	47
2.3.1 La cámara: elementos, tipos y accesorios	
2.3.2 La luz	
2.3.3 El color	
2.3.4 Iluminación	
2.3.5 Flash: componentes y tipos	
2.3.6 Objetivos y lentes	
2.3.7 Filtros	
2.3.8 La película fotográfica	
2.4 Conocimientos básicos de la fotografía digital.....	63
2.4.1 Cámaras digitales	
2.4.2 Sensores de captura de imagen	
2.4.3 Monitor LDC	
2.4.4 Tarjetas de memoria	



2.4.5	Resolución y pixeles	
2.4.6	Zoom digital	
2.4.7	Flash digital	
2.4.8	Formatos de imagen	
2.4.9	Impresión	
2.5	Composición fotográfica.....	71
2.5.1	Definición	
2.5.2	Reglas	
2.5.3	Encuadre	
2.5.4	Tomas fotográficas	
2.5.5	Planos	
2.5.6	Géneros fotográficos	
2.6	Diseño Gráfico.....	80
2.6.1	Definición	
2.6.2	Elementos formales	
2.6.3	Áreas de desarrollo	
2.7	La Fotografía en el ámbito del Diseño Gráfico.....	86
2.7.1	Importancia e injerencia de la fotografía en el diseño gráfico	
2.7.2	La aplicación de la Composición fotográfica en el diseño gráfico	
2.8	Planeación del storyboard para el composición fotográfica.....	88
2.8.1	Definición	
2.8.2	Elaboración y utilización	

Capítulo III EL CARTEL

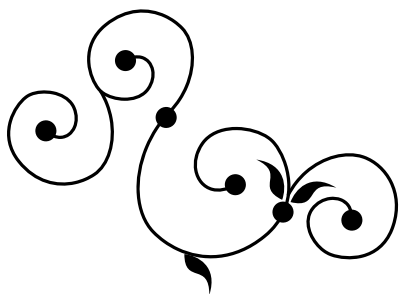
Objetivo: Visualizar el origen y las características del cartel, para así conformar el mensaje para cumplir el objetivo del cliente.

3.1	El Cartel.....	91
3.1.1	Antecedentes	
3.1.2	El cartel y sus elementos formales	
3.1.3	Tipos de cartel	
3.1.4	Composición del cartel	
3.2	Brief del proyecto.....	99
3.2.1	Planteamiento	
3.2.2	Planeación	

Capítulo IV MEMORIA Y DESARROLLO DEL PROYECTO

Objetivo: Mostrar la conformación de las propuestas gráficas a partir de los elementos seleccionados.

4.1	Fundamentación	107
4.2	Bocetaje.....	112
4.3	Elaboración de la composición fotográfica.....	116
4.4	Implementación de elementos gráficos.....	119
4.5	Propuesta final.....	120
	CONCLUSIONES.....	123
	BIBLIOGRAFÍA / FUENTES ELECTRÓNICAS.....	124



En este proyecto se registrarán aspectos sobre la esencia del dulce en México, con el fin de reflejar en la sociedad mexicana el valor y el patrimonio cultural que éste representa en la actualidad.

Para reflejar la importancia del dulce mexicano, se decidió hacer uso del cartel, ya que es un medio de comunicación que refresca la vista, cambia imágenes, rompe con la monotonía, embellece la ciudad e invita a las personas a ver y memorizar el mensaje expresado. También sirve para publicar un acto social, educativo, político, empresarial, etc., así como para promocionar un servicio, vender un producto o desarrollar una actitud.

Dentro de las propuestas visuales se hará uso de la fotografía, que como veremos en este trabajo tiene la virtud de captar imágenes reales y porque es una forma de arte y afición popular en la actualidad, también haremos partícipe al diseño gráfico, el cual será aplicado de forma responsable y como elemento crucial para poder modelar este proyecto.

Por eso, la presente tesis surgió con la idea de hacer un estudio aplicado sobre la importancia de la fotografía dentro del diseño gráfico, porque hoy en día, el mundo en el que vivimos es totalmente visual y las imágenes forman parte de nuestro entorno, ya que a través de ellas se puede comunicar de una manera concreta y rápida lo que queremos expresar, así los mensajes tienden a ser más funcionales para que la gente asimile mejor la lectura del diseño.

Las bondades que tiene la fotografía como herramienta del diseño gráfico son infinitas, porque juntos se complementan equitativamente, vinculándose entre sí con la fuerza necesaria para explotar visualmente una idea o mensaje, aunque pueden existir por sí solos, sin embargo para una solución gráfico, el uso de ambos medios puede dar un resultado más interesante.

Así, que para este proyecto se aplicaron el uso de ambas disciplinas para ayuda a la Dulcería de Celaya, que es una empresa dedicada a la elaboración y venta de dulces mexicanos, y que su necesidad es promover y difundir la importancia éstos y mantener la preservación, ya que desgraciadamente en la actualidad han tenido una decadencia del consumo, una falta de conocimiento sobre el origen y la historia del dulce ante las nuevas generaciones.



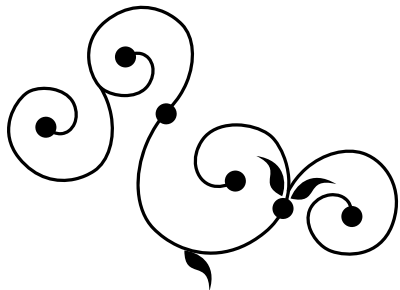
Es por ello, que este proyecto se presentarán carteles que ayuden a fomentar en el espectador, el compromiso histórico, social y cultural que tiene el dulce para México, también para darle promoción y difusión para su consumo y reconocimiento entre la sociedad mexicana y el turismo nacional e internacional.

También veremos que la industria del dulce mexicano, es una de las expresiones más sobresalientes de la gastronomía mexicana y fuente de la creatividad artesanal, que surgió gracias a la unión de la cultura española e indígena.

En la época prehispánica, en México existía un sinnfn de dulces, entre ellos las palomitas de maíz caramelizadas, que junto con la miel de abeja y la miel negra de maguey hacían la delicia de todos los pobladores aztecas, y durante la colonia, con la llegada del azúcar, se produjo la combinación de ésta con los productos indígenas, lo que dio paso al surgimiento de una gran variedad de dulces; pero todos estas golosinas se producian en los ingenios, en los talleres de artesanos, en los conventos de las monjas, en academias de algunos cocineros o maestros de mesa y en algunos pequeños comercios que se dedicaban a ofrecer su mercancía al público.

Se puede afirmar que con la fusión de estas culturas, a través de la historia, tenemos hoy en día los dulces mexicanos que son símbolo de nuestra identidad y los cuales nos caracteriza como mexicanos.

Y en este proyecto nos daremos cuenta que la elaboración de los dulces va más allá de sus colores, tamaños y formas, pero lo más importante es que el ingenio de los artesanos, desde hace siglos continúan produciendo la tradición culinaria de estos manjares.





CAPÍTULO I

El dulce mexicano



1.1 Antecedentes Históricos

1.1.1 México Prehispánico

La gastronomía mexicana por su variedad es una de las más apreciadas, no solo por satisfacer necesidades alimentarias, si no porque es una parte importante de nuestra historia, cada ingrediente y modo de preparación que llevan los grandes platillos son parte de nuestro ser como nación.

Desde sus orígenes prehispánicos la gastronomía reunió los elementos que requiere una cocina refinada: ingredientes de origen animal y vegetal como: sal, tanto de mar y de tierra, azúcares y mieles (había de maíz y maguey; así como una gran diversidad de insectos nativos); los condimentos: chile, epazote, achiote, hoja santa, pimienta y vainilla, los cuales se han utilizado a lo largo de los siglos, al igual que las flores, vainas, raíces, tallos, hojas y frutos de muy diversas plantas.

*“Durante el período prehispánico el maíz fue la base alimentaria de las culturas mesoamericanas: sopas, tortillas, tamales rellenos de carne, frijol o pescado, pinoles y atoles (bebida a base de harina de maíz). Los aztecas lo llamaban en su lengua xilotl (maíz tierno), elotl (maduro), centli (seco)”.*¹ (Rojas, 1997)

El español franciscano y cronista Bernardino de Sahagún (1985, pág. 34) explica: *“los aztecas solían describir al maíz como algo precioso, nuestra carne, nuestros huesos, fue reverenciado hasta tal punto que las mujeres soplaban sobre él antes de cocerlo de modo que éste no temiera el fuego, y ningún maíz que fue dejado caer sobre la tierra era desperdiciado”.*²

Aunque en su dieta los indígenas prehispánicos basaban su alimentación en el maíz, el frijol y el chile, complementaban su manutención con la caza, la pesca en agua dulce y la recolección, actividades de las cuales obtenían numerosos productos.

Bernal Díaz del Castillo (*apud*. FERNÁNDEZ. 1998) en Historia verdadera de la conquista de la Nueva España relata sobre los manjares con que se agasajaba al rey azteca: *“Cotidianamente a Moctezuma, rey azteca, le guisan gallinas, gallos de papada (guajolotes), faisanes, perdices de tierra, codornices, patos mansos y bravos, venado, puerco de la tierra, pajaritos de caña, palomas, liebres, conejos y muchas maneras de aves y cosas que se crían en la tierra que no las acabaré de nombrar tan presto”.*³

Los aztecas demostraban una increíble sencillez en todos los aspectos de su vida cotidiana, muchos autores y cronistas europeos a menudo quedaban impresionados por lo que percibían como una ejemplar sencillez y moderación.

Bernal Díaz del Castillo relata: *“Los he visto comer con gran deliberación, en silencio, y con gran modestia, cosa que se manifiesta en la paciencia que muestran en todos sus hábitos, la cual también se muestra al comer así, ya que no permiten que el hambre los altere o apure por satisfacerla”.*⁴

El maíz nació en territorio mexicano, específicamente en el valle de Tehuacán, hoy Estado de Puebla, donde se han encontrado restos de olotes (parte central de una mazorca de maíz) cultivado con una antigüedad de entre 5 y 7 mil años.

Su proceso de domesticación fue espectacular, ya que se logró desarrollar una planta robusta, con frutos muy vistosos, cuyos granos están envueltos en hojas que los protegen hasta su madurez, lo que permitió que se difundiera por toda Mesoamérica y se diversificara en numerosas variedades adaptadas a las condiciones ambientales y particulares de cada región.

El hombre que habitó el actual territorio mexicano en su dieta también consumía azúcares al ingerir frutas y mieles, esto mucho antes que conociera la caña de azúcar, algunos historiadores dicen que la relación del hombre con el maíz inició cuando éste chupaba el jugo dulce de la caña, y fue ese momento cuando comenzó el aprecio de lo dulce, por eso se convirtió en alimento básico para los variados platillos, que alcanzarían en ocasiones un carácter ritual al constituir una de las principales ofrendas a los dioses y muertos.

Las mieles y las frutas ocuparon un sitio privilegiado entre las especies vegetales comestibles y algunos productos culinarios en los pueblos mesoamericanos, ya que formaron parte de la naturaleza, sin saber el tiempo que les llevó a los indígenas para aclimatarlas y domesticarlas.

1. ROJAS, Rábiela. Teresa (1997, Junio) *De las muchas maneras de cultivar el maíz*. En: Arqueología mexicana, vol. 5, número 25. México: Raíces, pp. 24 - 33

2. SAHAGÚN, Fray Bernardino de. (2001) *Historia General de las cosas de la Nueva España*. México, Vol.23, Ed. Dastin, cols. “Crónicas de América”, p. 43

3. FERNÁNDEZ, Adela. (1998) *La tradicional cocina mexicana: y sus mejores recetas*. México. Ed. Panorama, p. 41

4. DÍAZ, Del Castillo Bernal. (2006) *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*. México, Ed. Linkgua, p. 87

Es de todos sabido la importancia que tuvieron los mercados en el mundo indígena anterior a la conquista. Se ubicaban en lugares que permitían el acceso a grandes masas de población y que por lo general controlaban mercaderes profesionales (*pochtecas*) con una organización propia en barrios determinados. Esta situación resultó ser indispensable para comprender el comercio indígena a los españoles.

Bernard Frances escribe: “los comerciantes usaban el cacao como moneda debido a su valor religioso, llevaban en su hotem (bolsa de cuero enlazada al cuerpo), semillas de cacao que tenían un valor de moneda legal. Por ejemplo, en aquella época se podía comprar un conejo por ocho semillas de cacao”.⁵

El actual territorio mexicano se pobló a partir del suroeste de Estados Unidos, y en lo que respecta al altiplano central, la caza fue el motivo por el cual los grupos nómadas habitaron la región, así los primitivos habitantes de la región durante sus jornadas de trabajo iniciaron el consumo del mezquite y, más tarde, de nopales y maguey.

González Quintero (*apud.* MANZANILLA. 2000) explica: “estos tres vegetales enunciados presentan el denominador común de la característica de ser productos de azúcar y todavía explotados esporádicamente por algunos grupos étnicos. Los frutos del mezquite se hervían y la solución se concentraba por evaporación. Los frutos del nopal se maceraban y se deshidrataban mediante el fuego, quedando una pasta denominada melcocha, capaz de resistir el paso de algunos meses. Del maguey, que florece una sola vez en su vida, se cortaba el tallo floral (quiote) y al raspar el tallo se obtenía un líquido azucarado denominado aguamiel”.⁶

Gracias a las bondades del aguamiel que se extrae del maguey, así como a las de la melcocha obtenida del jugo concentrado de tuna y de mezquite, en combinación con otros productos, como maíz, cacao y la semilla de amaranto, se originaron dulces como el pinole, el chocolate y la alegría.

5. FRANCIS, F. Bernard (1998) *Tres formas de intercambio en la economía azteca*. En: P. Carrasco y J. Broda (eds.), *Economía política e ideológica en el México prehispánico*. México, CIS INAH. Ed. Nueva Imagen, p. 38

6. MANZANILLA, Linda. (2000) *Historia antigua de México*. vol. 4, Ed. UNAMt, p. 104

7. PÉREZ, De San Vicente T. (2000) *Cocina y cultura mexicana*. En: *La cocina familiar en la Ciudad de México*, Ed. Océano, p. 15

8. SAHAGÚN. Op. Cit., p. 21

Bernardino de Sahagún (*apud.* PÉREZ. 2000) describe: “en aquella época, durante sus numerosas fiestas, eventos deportivos o ritos de iniciación religiosa, comían carne de: pavos, palomas, iguanas y perros aztecas, una raza que se criaba en corrales. Cocinaban sus carnes a la brasa, muy sazonadas con sal y chiles. Por la mañana todos los hombres, servidos por sus mujeres, tomaban chocolate caliente con un trozo de chile, durante el resto del día lo bebían frío. Los hombres llegaban del campo a primeras horas de la tarde y efectuaban su comida principal a base de tortillas de maíz, frijoles y chocolate. Tenían por costumbre lavarse las manos y la boca después de comer y tomar un baño diario que llamaban temascal. Esos hábitos de higiene no estaban por entonces muy difundidos en la cultura europea”.⁷

Los pueblos mesoamericanos tenían unas estructuras en las cuales la religión era la máxima importancia, por eso la información que se tiene sobre la vida de los pobladores refleja las diferentes maneras de como realizaban las ceremonias que estaban destinadas a la veneración de los dioses, los cuales para ellos siempre fueron los proveedores de todos los bienes que el hombre poseía, desde la propia existencia hasta la comida.

En cada fiesta los tamales, atoles, pinoles y panes, o bebidas como el pulque y el vino de cacao, se hacían presentes y eran de consumo obligado, los productos en general eran elaborados con maíz y mieles, para ofrecer a los dioses y consumidos por la población.

Bernardino de Sahagún relata: “en el octavo mes hacían fiesta a la diosa Xilonen, diosa de los xilotes (cabello del maíz), en esta fiesta daban de comer a todos los pobres; niños, hombres y mujeres, daban tamales de muchas maneras: llamados tenextamalli, miauatamalli, xicotamalli, yacocoltamalli, necutamalli, yacacollaoyo y exococolotlaoya; y en ocasión de los banquetes de los mercaderes, que incluían sacrificios humanos, se daba de comer a los esclavos, una masa que se llamaba tzoalli, que era mojada con miel”.⁸

Con todo lo mencionado anteriormente se puede distinguir el proceso de obtención, elaboración y consumo de productos dulces dentro de las culturas indígenas mesoamericanas antes de la llegada de los españoles, período donde las frutas y mieles fueron básicas para la elaboración de dulces y postres en consumo doméstico y ritual. Sin embargo, aunque la mayoría de los dulces típicos mexicanos estaban elaborados con frutas autóctonas, no surgieron sino hasta después de la colonización española.

La producción de dulces se inició en los países americanos a nivel familiar, tienen un origen muy antiguo, en la cual incluyeron diversidad de formas, colores, ingredientes, sabores y graciosos nombres, que continúan haciendo

del dulce mexicano un preciado ornamento nacional. El dulce mexicano es un conjunto inmenso de cocinas regionales diferenciadas, sin embargo, se caracterizan todas ellas por un componente indígena básico en sus ingredientes y formas de preparación.

Yuriria Iturriaga (2002, pág. 84) cita en un ensayo sobre La Gastronomía Mexicana a Alfonso Reyes quien menciona: “*el sentimiento al arte, los guisos mexicanos son ejemplos de la más fina artesanía popular*”⁹

1.1.2 Época Colonial

Con la conquista, la antigua cocina mexicana sufrió enormes cambios por la introducción de frutas, cereales, especias, ganado vacuno, ovino, entre otros, dando paso a la creación de la cocina novohispana. La cocina mexicana evoluciona a raíz del encuentro de dos mundos, representa el feliz matrimonio de las semillas, frutas y legumbres que los españoles desconocían y que aquí encontraron a su llegada, por lo que no tardó en fraguarse el mestizaje gastronómico.

Así nacieron y se refinaron los platillos mexicanos con que se deleitarían los virreyes; los postres, dulces y golosinas que daban fama, por especialidades, a los conventos en que las monjas se aplicaban a inventarlos.

México sufrió cambios profundos, algunos de los cuales llegaron a ser de importancia para comprender como fue transformándose el nuevo dulce novohispano bajo la influencia de diversos factores, entre ellos la impresionante conquista de los espacios territoriales por parte de uno de los cultivos que mayores modificaciones produce en los suelos: el de la caña de azúcar.

Dentro del ámbito de la gastronomía europea es obligatorio referirse a la tradición de los conventos, las abadías y en general a la cocina de las órdenes religiosas, la cual mantiene relaciones diversas a lo largo de la historia con la corte o con las familias nobles y acomodadas, como sucedió más tarde en la nueva España.

Durante el virreinato las mujeres de origen indígena servían en las casas de los colonizadores seguían cocinando sus viandas, conservando así, gran parte de las técnicas y recetas de la tradición indígena.

“*En las cocinas de los conventos y de los palacios se gestará lenta, dulcemente, como en las alcobas el otro, el mestizaje que cristalizaría la opulenta singularidad de la cocina mexicana*”¹⁰, describe Salvador Novo en su libro *Cocina Mexicana*.



El último emperador azteca, Cuauhtémoc, se entrega en Agosto 13, 1521, a Hernán Cortés. Las palabras en la leyenda “*Yepolin h q mexicana*” se traducen como: *Ahora los mexicas [aztecas] se han terminado.*

9. ITURRIAGA, Yuriria. (2002, 25 de febrero) *Gastronomía mexicana patrimonio de la humanidad*, Cuadernos de nutrición, La Jornada, p. 84

10. NOVO, Salvador. (1976) *Cocina mexicana o Historia gastronómica de la ciudad de México*. México. Ed. Porrúa, 3ª edición, p. 78

Los conventos fueron cuna de varios de los dulces tradicionales, pues en ellos las monjas combinaron las costumbres culinarias europeas e indígenas. Gracias a la vasta producción de frutas tropicales, se preparaban postres muy sabrosos con el jugo y el azúcar de éstas, mientras el ingenio daba paso a extrañas y complicadas combinaciones de azúcar con leche, huevo, nueces, almendras, piñones y demás productos originarios de ambos países que son el origen de los dulces mexicanos.

Al referirnos a la dulcería europea, tenemos a un maestro de mesa: Jerónimo Enríquez (Muriel, J. 2000) el cual se refiere: *“En cuanto a la colación, es claro el gusto por las preparaciones europeas: pastillas azucaradas, mazapanes de almendras, de acitrón y pera, naranjas, calabazas cubiertas, orejones de durazno y las frutas de horno”*.¹¹

También es importante indicar que el origen de muchos dulces surgió de la necesidad de encontrar métodos para la conservación de alimentos. Por ejemplo, se calentaba la leche con azúcar, dándole vueltas y dejándola que se concentrara, obteniendo como producto la leche condensada, de agradable y dulce sabor, se podía conservar sin problemas durante largos períodos de tiempo.

En otros casos, surgieron los dulces ante la necesidad de aprovechar determinados productos que existían en abundancia, por ejemplo, el turrón surgió como consecuencia de la gran cantidad existente de almendras y miel en determinadas regiones.

Josefina Muriel afirma *“las criollas con sus manuscritos nos han dejado el legado histórico de la gastronomía regional pero son las de segundas, las indias, quienes ejercieron una influencia definitiva en la constitución de la cocina mexicana”*.¹²

No cabe duda que los conventos y colegios de mujeres cumplieron una labor fundamental en la elaboración de dulces, en la ciudad de México las monjas de la Concepción hacían ricas empanadas; las de San Bernardo bizcochos y tostadas para los enfermos, las de la Encarnación eran especialistas en chicha y miel rosada.

El convento de San Jerónimo, famoso por su buena cocina, al hacer la fundación de San Lorenzo, llevó su tradición culinaria, creando la especialidad de los alfeñiques y caramelos, las monjas de Santa Catarina hacían toda clase de dulces y empanadas, las de Santa Teresa (la Nueva) eran famosas por sus panes rosas o marquesotes y a las Capuchinas de Nuestra Señora de Guadalupe se les reconocía por la elaboración del más rico chocolate de la ciudad.

Para el siglo XVII se originó una tendencia en las actividades que se institucionalizaran más tarde en gremios de confiteros, bizcocheros, pasteleros, y panaderos, concentrados sobre todo en el centro de la ciudad de México y eventualmente en algunos de los barrios de alrededor como una actividad paralela a los conventos.

Como nosotros, muchos postres mexicanos también son hijos del mestizaje, por ello, tanto en España como en México, se les llama igual a los alfajores, churros, buñuelos y torrijas o torrijas; otros han variado sus nombres, por ejemplo, el membrillete de Morelia es mejor conocido en España como carne de membrillo; a las morelianas se les llama roscas de Loja, y a los borrachos, borrachuelos.

La cocina mexicana, evolucionó a raíz del encuentro de dos mundos, por lo que no tardó en fraguarse el mestizaje gastronómico, en honor a este encuentro de culturas, de las recetas se originaron varios dulces de distintas regiones de México, los cuales representan la herencia cultural prehispánica y colonial, así como la mezcla de ambas.

11. MURIEL, Josefina. (2000) *Cultura Femenina novohispana*. México. Ed. UNAM, p. 476

12. Ibid.

1.2 Clasificación y diversidad de los dulces mexicanos

1.1.2 Frutas

En la literatura española se menciona que las plantas sirvieron al hombre americano como moneda, alimento, condimento o medicina, incluidas aquellas materias que se obtienen como leches: el hule y el chicle.

Las primeras fuentes documentales de la conquista y las precolombinas que aún hoy se siguen descubriendo, hablan del lugar relevante que ocupaban las frutas en el ámbito de lo dulce dentro del mundo indígena mesoamericano; sin embargo solo las mieles y algunos productos culinarios comparten con las frutas ese ambiente privilegiado.

*“Las frutas sirvieron no solo para ser comidas, sino que constituyen un motivo de elogio, porque permiten probar la llamada bondad del Creador; la inmadurez del Continente Americano y sirven de evidencia indiscutible de que la tierra y los diferentes climas producen frutas distintas”.*¹³ (Muriel, 2000)

1.2.2 Miel

La cultura mundial de la miel es más antigua que la cultura del azúcar, porque las abejas fabricaban la miel antes de que el hombre se definiera como especie. Los pueblos de México sobre todo aquellos del sureste de la Península de Yucatán habían desarrollado una auténtica **Apicultura*** mucho antes de la llegada de los españoles.

El término “*mon*” en náhuatl, significa azúcar y es asociado en las fuentes de la miel, “*mon Cab*” literalmente es azúcar miel, para designar a esta cuando cuaja, por lo que “*mon*” equivale a el azúcar, que se cuaja de la miel de las abejas.

La miel era colectada por los mismos recolectores o se compraba en los tianguis, tanto la de abeja como la de mamey, maíz o de tuna. El propio Sahagún describe: *“la miel era producida por los avejones que hacen las cuevas en la Tierra, en los árboles en donde hacen una caja a manera de alquitara y dentro sus panales o bien la obtenían de otras especies que hacen cuevas para hacer su miel amarilla que es buena de comer”.*¹⁴

Mientras Salvador Novo escribe: *“Mientras los mexicanos no dispusieron de la caña de azúcar, la miel de maguay endulzo sus tamales, atoles y chocolates. Les era preciosa que Tenochtitlán recibía en tributo cada 80 días de su año fiscal 2.512 cantaros de la miel elaborada en las regiones ricas en maguayes.”*¹⁵

La miel de las hormigas fue también conocida dentro del mundo prehispánico, fueron llamadas “*necuazacalt*”, que quiere decir hormigas de miel en náhuatl, se desarrollaron debajo de la tierra y traían en la cola una vejiguita redonda, llena de miel; la cual era transparente y deliciosa, como la miel de abejas.

Pero independientemente de que la miel se podía comer sola, lo cierto es que historiadores y naturistas han dejado testimonios de usos, tanto para endulzar postres, golosinas y alimentos, como para proteger las heridas o combatir algunas infecciones cutáneas.

La miel en la cocina nos hace entender a los dulces prehispánicos, como las pequeñas figurillas hechas con la semilla del huatli, o amaranto tostado y reventado.

* Apicultura

actividad agropecuaria orientada a la crianza de abejas, con el objeto de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar, en primer lugar la miel.

MÉNDEZ, Pedro. (2000) La apicultura en México. En: México Indígena. Número 12, Sep-Oct. pp. 64 y 65

13. Ibid. p 489

14. SAHAGÚN. Op. Cit., p. 570

15. NOVO. Op Cit., p 10

La mezcla del amaranto con la miel de maguey permitió formar una pasta y como señalan Muriel de ahí nació el dulce que hoy conocemos como “alegría” que se prepara de manera similar.¹⁶

También la miel se utilizó combinada con el pinole, es decir, el polvo que se obtiene al moler el maíz cacahuatztinte tostado, formando palanquetas que en la actualidad van a preparar una golosina llamada “ponte duro “. Con las mieles se endulzaban el chocolate y el atole, por lo que se obtiene la popular bebida michoacana llamada “charagua” o “charanagua” hecha con miel, chile colorado y pulque agrio.

1.2.3 Azúcar

El cultivo de la caña y la elaboración del azúcar modificaron la economía, el paisaje y la composición racial de muchos grupos étnicos.

Ingresando al mundo ya clasificado de lo dulce, el azúcar fue clasificado en dos tipos de productos:

“Chiancaca, azúcar negro o macapan” y en “Castillan chiancaca, azúcar de castilla” según Molina (ZOLLA. C. 2005, pag.125) Chiancaca (posteriormente chancaca) es un término que ha prevalecido en el área andina y que designa lo que en México conocemos como panela o piloncillo; a pesar de encontrarlo registrado en las primeras épocas de la colonia.¹⁷

Los biólogos que han estudiado las fuentes coloniales afirman que las “cañas dulces” de las que habla Sahagún (RIVERA. M. 1978, pág. 84) son las de *Saccharum officinarum*, es decir, la especie botánica importada de la que se extraen los jugos para la elaboración del azúcar.¹⁸

Carlos Zolla nos relata: “Durante los siglos XVI, XVII Y XVIII, el viejo mundo fue sin lugar a dudas el más importante consumidor de azúcar: Nápoles fue excesiva en todo lo que consumía anualmente; 40 000 salme de trigo de Apulia, en el 1625 importaba 30,000 cántaros de azúcar (1,500 toneladas) y 10,000 cantaros de miel.”¹⁹

El azúcar al ingresar al mundo del dulce expandió su cultivo en América a partir de su introducción en Santo Domingo por Cristóbal Colón en 1493 y por Cortés en México a finales del primer cuarto del siglo XVI.

La fabricación de los dulces constituyó una de las fuentes de ingresos que las monjas usaban para el mantenimiento de la orden, pero también obtenían recursos como pago por la educación de niñas de familias acomodadas.

Los claustros y colegios femeninos constituyen un elemento esencial para comprender la naturaleza de las actividades femeninas y su relevancia social, dada la importancia económica, cultural y las obras de los conventos, sirvieron para mostrar los mecanismos por los cuales se va constituyendo una nueva cultura del dulce mexicano.

En cualquier caso, la repostería, la dulcería y la gastronomía en general ocuparon un sitio relevante dentro de los conventos y Gage comenta: “era costumbre el que los religiosos visitarán a las monjas de su orden y que pasarán gran parte del día oyendo música y comiendo dulces.”²⁰



Repostería que se realizaba en los conventos: alfajores, sultanas, membrillos y trufas. Carolina García (2007)

16. MURIEL. Op. Cit., p. 453

17. ZOLLA, Carlos. (2005) *Elogio del dulce*. México. Ed. FCE p. 125

18. RIVERA, M. (2003) *Ensayo de interpretación botánica*. Libro X, *Historia antigua de biología* México. Ed. UNAM p. 23

19. ZOLLA. Op. Cit., p. 79

20. GAGE, Thomas. (1994) *Nuevo reconocimiento de las Indias Occidentales*. México. Ed. FCE, p. 185

Para la nueva España en el sentido de que el incremento sustancial en la producción y consumo de materiales hechos con azúcar, estaba relacionado con el papel socialmente de la mujer relegada, sin embargo, en el ámbito de la cocina, debido a su pertenencia en los conventos las colocó en una posición de quienes habitaban la corte o pertenecían a familias encumbradas.

El atreverse a comer ingredientes desconocidos y probar nuevos sabores hizo surgir una nueva cocina, así dentro de la gastronomía novohispana, las mujeres de las distintas clases sociales tuvieron un papel importante, unas mandaban hacer los platillos y vigilaban su elaboración, otras, las mujeres indígenas eran quienes los ejecutan. Las criollas con sus manuscritos nos dejaron el legado histórico o de la gastronomía nacional, pero son las indias, quienes ejercieron una influencia definitiva en la constitución de la cocina mexicana.

1.2.4 Chocolate

El chocolate es uno de los alimentos basados en el cacao más conocidos y difundidos en el mundo por su particular sabor, textura y coloración.

A través de los años han surgido muchas polémicas sobre la zona exacta de donde proviene la planta de Cacao, no cabe duda alguna de que esta es una planta autóctona del Nuevo Mundo. Dentro del continente Americano se plantaba en regiones cálidas del Sur de América, en amplias zonas de los territorios meso y centroamericano, hasta donde se sabe se cosechaba en los actuales estados mexicanos de Chiapas, Veracruz, Tabasco, Morelos, Quintana Roo, Guerrero, Colima, Oaxaca, Yucatán y México.

*“El origen de la palabra chocolate parece tener dos probables raíces, una deriva del náhuatl (región centro-occidente de México) xococ que significa agrio o de la palabra xocolia de significado acedar y de la palabra átl, agua. Otra posible raíz de la palabra proviene del maya (sureste de México) chokolhaa que literalmente significa líquido o bebida caliente”.*²¹ (BECKETT, 1994)

En el siglo III, la bebida de chocolate era consumida principalmente por la clase alta de los mayas con fines ceremoniales. En su composición, se mezclaba el cacao con pimentón, chile, vainilla, miel, o con otros componentes. Los Aztecas (siglos XI a XVI), además de consumir el chocolate como bebida fría propia de clases altas, utilizaban el cacao como moneda.

Francisco Hernández explica: *“el chocolate es fabricado con los granos del fruto del cacao que es llamado también Theobroma, cuyo nombre, proveniente del griego, significa Alimento de los Dioses, sus semillas ricas en almidón, proteínas y materias grasas, de esta planta, existen 22 especies conocidas, de las cuales la única que se cultiva para la producción industrial y comercial es el Theobroma Cacao. Dentro del mundo náhuatl, su valor no sólo dependía de las variaciones climáticas que podían afectar a las cosechas, sino de la decisión de los pochtecas, los mercaderes del imperio que regulaban la oferta y la demanda, así como la calidad de los granos. Bajó el término localmente Tlalcacahuatl, Cuauhcacahuatl, Mecacahuatl y Xochicacahuatl”.*²²

*“La forma más antigua de consumo de la que tenemos noticia se caracterizó porque los granos tostados y molidos se diluían con agua, a la que se le agregaba un endulzante miel de abeja o de maguey, principalmente y especies”*²³ como comenta Juan de Cárdenas.



“Códice náhuatl”. Representación de aztecas compartiendo la bebida del chocolate.

21. BECKETT, S.T. (1994) *Fabricación y utilización industrial del chocolate*. España. Ed. Acribia, p. 15

22. HERNÁNDEZ, Francisco. (1978) *Historia natural de la Nueva España*. México, Ed. UNAM, vol. II, p. 913

23. CÁRDENAS, Juan de. (1978) *Problemas y secretos maravillosos de las Indias*. México, Ed. Academia Nacional de medicina, pp. 176 y ss.

Cortés a su llegada a México en 1519, cuando el emperador azteca Moctezuma junto con su pueblo lo tomaron por una reencarnación del Dios Quetzalcóatl, al haber arribado con sus tropas, por el mismo lugar por donde había prometido regresar, según rezaba la leyenda, el mencionado Dios. Moctezuma le daría entonces a Cortés el tratamiento debido a una divinidad y le ofrecería esta bebida, reservada sólo a personas de alta posición social.

“Los mayas preparaban brebajes de cacao para sacrificios y ritos iniciativos, así la gran fiesta del cacao, dedicada al dios Chac o Tlaloc, dios de la lluvia, se celebraba en los cacaoteros, después de los sacrificios tomaban tchocolath - vino de cacao-, obteniendo una bebida fría, espumante, embriagadora de la cual estaba prohibidísimo beber más de tres jarras. También bebían chorote, una mezcla de cacao y maíz, y chilatl, hecha con cacao, maíz y agua de lluvia”.²⁴ (Zolla, 2005)

El carácter afrodisíaco del chocolate, se creía que tenía poderes para dar fuerza y vigor sobre quienes lo bebían; ya que estaba constituida por una mezcla de vino o puré fermentado, con el agregado de especias, pimentón y pimienta. Para ese entonces esta bebida era bastante amarga, pero al parecer muy enriquecedora en el campo del amor.

Una vez que los españoles conocieron la existencia del fruto y de la bebida que se fabricaban los aztecas con él, quedaron asombrados por su sabor y su fácil preparación.

Los frailes establecidos en México enviaron hasta el puerto de Barcelona un cargamento de cacao junto con la fórmula para su elaboración. Fue trasladado hasta el Monasterio de Piedra, donde los frailes comenzaron a preparar y consumir chocolate, especialmente en los periodos de abstinencia, por su alto valor energético.



“Cacao en manos del munco”. Irene Hernández Velasco (2001)

En cualquier caso, es posible decir que el consumo del chocolate se convirtió durante el período colonial en una verdadera pasión que llegó a comprometer la conducta de los católicos ante la autoridad eclesiástica a causa de que se acostumbraba beberlo durante la misa. Esta costumbre al parecer eminentemente femenina, no paso inadvertida para algunos clérigos, y tal situación desató una polémica acerca de si semejante acción quebrantaba o no el ayuno.

Pero se atribuye a las monjas que estuvieron establecidas en Oaxaca la iniciativa de crear con el cacao una bebida dulce, como la que conocemos actualmente el chocolate, mezclando el cacao, azúcar de caña y la canela. También el cacao es capaz de causar restringir el vientre, detener todo el periodo de regla, cerrar las vías de la orina, opilar el hígado y mucho mas el bazo, privar el rostro de su vivo y natural color, debilitar la digestión del estómago, acortar el aliento con un molesto cansancio, causar aproximadas y desmayos a las mujeres y mal de madre.

²⁴. ZOLLA. Op. Cit., p.80

1.3 El dulce mexicano en la actualidad

1.3.1 Tradición e identidad

México es un país enorme que el hablar de su identidad es abarcar aspectos relativamente fascinantes, ya que nuestra cultura es un gran platillo que tiene muchos ingredientes que hemos compartido a través del tiempo, porque el ser mexicanos es una condición con la que se nace, pues estamos llenos de historia, cultura, tradiciones y muchas otras cosas más que forman nuestra identidad, la cuál es única en el mundo entero porque nadie se nos compara.

La identidad mexicana es la dulce combinación del idioma, religión, costumbres, arte, etc, lo que hace un momento para recordar nuestro legado y las raíces, pues somos únicos, irrepetibles e inigualables, porque nuestra gente hace la diferencia, a pesar de las distintas creencias, ideas y reglas, todos llegamos a un punto donde sabemos nuestra base es la raíz mexicana.

La cultura se sustenta en la tradición y se trasmite a lo largo de períodos dilatados de tiempos; y la tradición se caracteriza por las permanencias como por la movilidad.

*“Una cultura incluye todo aquello que, creado por el hombre, formando su identidad, como respuesta a necesidades materiales y espirituales e incluye la concepción de la vida, la naturaleza, la sociedad y al hombre mismo. Ciencias y técnicas, sistemas, símbolos, arte y creación, normas y hábitos, lengua, concepciones del tiempo y espacio de la vida y sus orígenes, religiones, códigos de conducta, valores, celebraciones y creaciones artísticas. Gusto, tacto, vista, olfato y oído responden a la cultura: que es bello, sabroso, sano, útil, permitido, placentero son dictados culturalmente; Visiones del pasado y del futuro, del desarrollo y etapas de la vida, relaciones con otras culturas y la visión de otros también forman parte de ella”.*²⁵ (GUZMÁN, 1985)

Los hábitos y costumbres las adquirimos en la familia, donde se nos inculca desde niños los modelos de conducta deseables, que corresponden a las expectativas propias del núcleo familiar; se nos enseña lo que se considera correcto y pertinente hasta que nuestro comportamiento se adapte a un conjunto de respuesta, un lenguaje, un sentido del gusto distintivo que nos permitirá compartir la vida familiar.

Todo esto se repite de generación en generación, las conductas, lo hábitos se vuelven tradiciones: su origen se desconoce por siempre, pero se trata de acciones y reacciones que permiten la identificación con la comunidad y su historia, son consideradas naturales, heredadas de tiempos lejanos y dignos conservarse.

Elisa Ramírez escribe: *“Las tradiciones mexicanas, son la forma más sencilla de comunicar o transmitir los valores y las manifestaciones culturales de nuestro pueblo y artísticas en el correr del tiempo; es también la manera más sencilla y directa de hacer la historia”.*²⁶

En nuestro país tenemos muchas tradiciones a lo largo del año, y todas ellas se relacionan con la alimentación. Gracias a la herencia prehispánica y europea (española y francesa, pero también africana, caribeña e incluso asiática y del Medio Oriente-Líbano) la gastronomía mexicana reúne los sabores de todas las influencias que recibió mostrando el gran colorido y sabor.

*“El mexicano es muy antojadizo, así que en cualquier lugar hay comidas callejeras o golosinas que tranquilizan el hambre y se comen a pie o agachados hacia el frente para que no escurra en la ropa. Pero siempre nos detenemos ante lo dulce, lo agrio, lo picoso, en ningún lugar se consume variedad de chamois, tamarindos o chile en polvo”.*²⁷ (RAMÍREZ, 2006)

Pero los antojitos mexicanos están basados en el maíz, modificado por el hombre, molido, fermentado, tostado o hervido siempre nos acompaña. Las mil y un comidas callejeras engañan o sacian el hambre en cada esquina.

El dulce mexicano forma desde hace mucho tiempo una tradición tanto autóctona como hispana, por eso, dentro de nuestra población, siempre habrá un mercado o puesto de dulces. Como muchas actividades tradicionales de la vida nacional en México, la dulcería es una tradición familiar. Así, cada local es manejado por una familia: el padre lo traspassa al hijo, éste a su vez al nieto y así sucesivamente.

25. GUZMÁN de Vásquez, Ana María (1985) *Tradiciones gastronómicas oaxaqueñas*. México. Ed. Index. 3ª edición, p. 218

26. RAMÍREZ, Castañeda Elisa (2006) *México Primario. Tradiciones y alma del mexicano*. México. Ed. TenarisTamsa. p. 47

27. Ibid. p. 65

Por eso, el dulce mexicano es un conjunto de cocinas regionales diferenciadas que, sin embargo, se caracterizan todas ellas por un componente indígena básico en sus ingredientes y formas de preparación de los alimentos.

El dulce mexicano es famoso en todo el mundo y tiene un origen de más de 100 años, que lo hace, uno de los elementos con más tradición en el país, ya que va más allá de la imaginación; colores, tamaños y formas como lo son: las deliciosas alegrías, dulces de leche, palanquetas de nuez o de calabaza, amaranto, las pepitorias, las cocadas en todos sus colores, dulces de leche, las charamuscas, chilacayote, los tamarindos enchilados y de azúcar, las crujientes morelianas, jaleas, obleas, el acitrón, malvaviscos en tamaños y formas, los pirulís, jamoncillos de pepitas, camotes, cajetas, macarrones de leche azucarada, cacahuates, almendras, pistaches, alfeñiques de día de muertos, ate de guayaba, dulces de azúcar glass, huevitos de almendra, violetas de nuez, jamoncillo de nuez, novicias, alulayas, suspiros de monjas, garapiñados etc.

Las nuevas generaciones van desconociendo lo que realmente es parte de la cultura de México, en la actualidad el mercado del dulce mexicano obtiene sus mejores ganancias de la exportación, principalmente a Estados Unidos, nación que absorbe el 76 % de la totalidad de las exportaciones de dulces en el mundo.

1.3.2 Épocas y Festividades

Las fiestas mexicanas reflejan y representan el mestizaje, pues los indígenas y los españoles no sólo mezclaron sus genes, comidas y palabras, sino creencias y desde luego, las fiestas.

El nombre de fiesta proviene del latín *festa* y significa alegría, regocijo y diversión pero lleva también implícita la solemnidad religiosa o civil o de conmemoración, existe siempre que hay religión y describen las fiestas del mundo lo que equivale a escribir la historia de la civilización.²⁸ (MOLINER, 1998)

En las fiestas mexicanas hay júbilo y diversión, parodia y sacrificio, juego y competencia, danza y música, habilidad y teatro. Después se separan las formas locales, las costumbres regionales y los diversos mestizajes, pero nunca pierden su carácter sagrado y jubiloso.

*“La fiesta permite revertir la historia, las jerarquías, y con ello, aliviar las tensiones de una sociedad con abrumadoras diferencias y estrictas fronteras”.*²⁹ (RAMÍREZ, 2006)

Cada ciudad y pueblo tienen una iglesia o santos particularmente milagrosos que celebran y visitan el día de la fiesta patronal, donde siempre hay comida, ruido, malas palabras, y son válvulas de escape para descansar de la maquinaria social, la fiesta libera, agota, sacia y promete.

Podemos distinguir cuatro tipos de fiestas que se clasifican según su origen y su función:

- Antiguo Calendario Ritual Agrícola -

Es parte de un ciclo religioso con fuertes raíces prehispánicas, las comunidades que participan en estas fiestas, el origen y significado apuntan a un eje cultural central: el cultivo del maíz.

- Las Patronales -

Son un ejemplo de la forma en la que se consumó la conquista militar y espiritual, ya que el santo patrón o patrona están íntimamente ligados a la pacificación y fundación de los pueblos y los barrios así como con la organización de los gremios y los oficios.

- Las Procesionales-

Presenta otro rostro del proceso de evangelización y se identifican a partir de varios elementos, se da en lugares de peregrinación a donde se acude a pedir y agradecer favores más personales a través de los santos. La gran mayoría de éstos y de las vírgenes aparecieron mediante un milagro, y han refrendado esta cualidad a través de los siglos.

- Familiares -

Las ceremonias que las sustentan son expresiones culturales con un profundo significado social, pues refuerzan sucesivamente el papel del individuo en el seno de su familia, en la unión con otras y en el comportamiento que se espera de ella frente a la comunidad.

28. MOLINER, María. (1998) *Diccionario del uso del español*. Madrid. Ed. Gredos. 2.ª edición revisada y aumentada. p.85

29. *Ibid.* p.47

Por eso, los días de fiesta son diferentes, se les espera e implican preparativos, por lo que en ellas los dulces mexicanos se distinguen por su materia prima, cocción, temporada, relleno, región, calendario litúrgico, origen étnico o social. A partir de esta clasificación los hay de harina, frutas, leche, confitados, cristalizados, etc.

En las fiestas se pueden encontrar dulces hechos casi exclusivamente para la celebración, como las calaveras en el día de Muertos y los algodones de azúcar; otros incorporan leche, como los jamoncillos, las cocadas, los chongos y algunos más son fruta con azúcar, es el caso de la conserva de higo, calabaza o chilacayote o los ates.

Otros dulces típicos son los de tamarindo, los acitrones (cuyo ingrediente principal es el tejido de un cactus), las alegrías hechas de amaranto, la fruta curada en alcohol o cristalizada y la colación (caramelos con almendra).

Los de temporada su base se encuentra en frutas, con excepción de los que se hacen con camote y coco, cuya producción agropecuaria es permanente. Los litúrgicos son los que se elaboran para la Semana Santa, la Cuaresma, la fiesta de todos los Santos (calaveritas de azúcar, pan de muerto, entre otros) y la Navidad (buñuelos) y en las fiestas patronales de cada región, estado o municipio.

El hecho de que el día de la Candelaria se meriende tamales no es un simple capricho gastronómico. El tamal se usó también en las ofrendas a los dioses del panteón azteca y el día 2 de febrero correspondía al inicio del primer día del primer mes del calendario mexica, llamado "*Atlcahualo*".³⁰

México es un país alegre., pero ¿cuántas fiestas se realizan anualmente? en realidad, este hecho no ha sido determinado con precisión. En el curso de 20 años, la Dirección General de Culturas Populares detectó alrededor de 10,000, y en el Calendario de Fiestas Populares que publicó en 1988 dicha institución, fueron registradas 5,083 fiestas que Imelda de León, su compiladora, consideró han conservado mejor su carácter festivo - religioso.

A continuación se muestra el calendario donde se verán las fiestas más celebradas de todo el santoral.



"Niña con su algodón de azúcar por la calle". Daniel González (2007)



"Niño rompiendo la piñata". Daniel González (2007)

30. Ibid. p. 53



mayo

				Fiesta de los Burros, Orumba, Edo de México.	Fiesta de Amatlán de los Reyes, Veracruz.	Santa Cruz, Fiesta Nacional.
				1	2	3
Señor de Ixcatepec, Morelos.	Fiesta de Nogales, Sonora.	Fiesta de Altonga, Veracruz.		El Poder de Dios, Tenabo, Campeche.		Fiesta del Rosario, Sinaloa.
4	5	6	7	8	9	10
Fiesta de Ocotlán, Oaxaca.	Fiesta de Aptzaco, Tlaxcala.	Fiesta de Macuspana, Tabasco.	Fiesta de Santiago Ixcimilca, Nayarit.	San Isidro Fiesta Nacional	Fiesta de Ramos, S.L.P.	Fiesta de Tixkokob, Yucatán.
11	12	13	14	15	16	17
Fiesta de Pijujapan, Chiapas.	Fiesta de Chignahuapan, Puebla.	Fiesta de Chicoaso, Sinaloa.	Fiesta de Córdoba, Veracruz.	Santa Rita, Azcapotzalco, México, D.F.		Fiesta de Juchitán, Oaxaca.
18	19	20	21	22	23	24
Fiesta de Sta. Ma. del Oro, Nayarit.		Fiesta de Zacatecas, Zacatecas.		Fiesta de Tocuimbo, Michoacán.	Fiesta de San Fernando, Chiapas.	Fiesta de Zachila, Oaxaca.
25	26	27	28	29	30	31

julio

						Fiesta de Acuña, Coahuila.
						1
Nuestra Señora del Refugio, Calvillo, Ags.		Fiesta de Diaz Ordaz, Oaxaca.	Fiesta de Tecate, Baja California.	Fiesta de la Barbacoa, Actopan, Hidalgo.		2
4	5	6	7	8	9	10
Fiesta de Cadereyta, Querétaro.			Buenaventura, Nealtican, Puebla.	Fiesta de General Terán, Nuevo León.	Fiesta de Cd. Del Carmen, Campeche.	
11	12	13	14	15	16	17
			Fiesta de Nealtican, Puebla.	Guelaguatza, Oaxaca, Oaxaca.	Fiesta de Coacalco, Edo de México.	Fiesta de Huajapán de León, Oaxaca.
18	19	20	21	22	23	24
Santiago Apóstol, Fiesta Nacional.	Fiesta de Santa Ana Tlacotenco, México, D.F.	Santa Catarina, Quilamé, Oaxaca.	Guelaguatza, Oaxaca, Oaxaca.	Fiesta de Tlalpa, México D.F.	Fiesta de Chapopotla, Veracruz.	Fiesta de San Ignacio, Chihuahua.
25	26	27	28	29	30	31

junio

				Fiesta de Guaymas, Sonora.	Fiesta de Cd. Lerdo, Durango.	Fiesta de Ojinaga, Chihuahua.
				1	2	3
Fiesta de Texcoco, Edo de México.	Fiesta de Momax, Zacatecas.		Fiesta de Coatepec Harinas, Edo de México.	Fiesta de Metepec, Edo de México.	Fiesta de Coahuilalco, Veracruz.	
4	5	6	7	8	9	10
	Fiesta de Tultitlán, Edo de México.	San Antonio, San Antonio, Coahuila.	Fiesta de Amulco, Querétaro.	Fiesta de Cd. Juárez, Chihuahua.		
11	12	13	14	15	16	17
Fiesta de Papatlan, Veracruz.						San Juan, Fiesta Nacional.
18	19	20	21	22	23	24
Fiesta de Sabamilla, Chiapas.				San Pedro, Fiesta Nacional.		
25	26	27	28	29	30	

agosto

				Fiesta de El Arenal, Edo de México.	Los Angeles, Cuauhtémoc, México, D.F.	Fiesta de Ensenada, Baja California.
				1	2	3
Fiesta de Hidalgo, Tamaulipas.	Virgen de las Nieves, Las Nieves, Durango.	San Cristo de Burgos, Jiménez, Chih.	Fiesta de Atalaya, Zacatecas.	Fiesta de Apolaca, Nuevo León.	Fiesta de Ahuazotepac, Puebla.	San Lorenzo Belisario, Domínguez, Chih.
4	5	6	7	8	9	10
Fiesta de Calkini, Campeche.	Fiesta de Hutziltepec, Puebla.		Fiesta de Tecolutilla, Tabasco.	Asunción de la Virgen, Fiesta Nacional.	Fiesta de Querétaro, Querétaro.	Fiesta de los Ramones, Nuevo León.
11	12	13	14	15	16	17
Fiesta de Misantla, Veracruz.	Fiesta de Teolocholco, Tlaxcala.	Fiesta de Gómez Palacio, Durango.		Fiesta de Tepachula, Chiapas.	Fiesta de Melchor Muzquiz, Coah.	San Bartolo, Ameyalco, México, D.F.
18	19	20	21	22	23	24
Fiesta de Sacramento, Coahuila.		Fiesta de Zacatecas, Zacatecas.	Fiesta de Metzquitlán, Hidalgo.	San Agustín, Tlaxcala, Hidalgo.	Fiesta de Chalchicomula, Puebla.	
25	26	27	28	29	30	





septiembre

				Fiesta de Coronofort, Guanajuato.	Fiesta de Sabinas, Coahuila.	Fiesta de Juchitán, Oaxaca.
				1	2	3
Señora de los Remedios, Querétaro, Querétaro.	Fiesta de Loreto, Baja California Sur.	Fiesta de Nuevo Laredo, Tamaulipas.	Fiesta de Jerez, Zacatecas.	Fiesta de Tepoztlán, Morelos.	Fiesta de Chalma, Edo. de México.	San Nicolás Ramos Arizpe, Coahuila.
4	5	6	7	8	9	10
	Fiesta de San Miguelito, Sonora.	La sangre de Cristo, Tecómtil, Mexico, D.F.	El Señor del Huerto, Atlacomulco, Edo de México.	Aniversario de la Independencia	Fiesta de Tijuana, Baja California.	
11	12	13	14	15	16	17
	Fiesta de Magdalena, Jalisco.		San Mateo Fiesta Nacional.			Virgen de las Mercedes, Delicias, Chih México, D.F.
18	19	20	21	22	23	24
Fiesta de Tepeaca, Puebla.		Cristo de las Ampollas, Mérida, Yucatán.		Fiesta de Uruapan, Michoacán.	Fiesta de Itepec, Oaxaca.	
25	26	27	28	29	30	

noviembre

				Día de Todos los Santos, Fiesta Nacional	Día de Muertos, Fiesta Nacional	Fiesta de Alcamira, Tamaulipas.
				1	2	3
Fiesta de Alamilpan, Chiapas.					Fiesta de Tecax, Yucatán.	
4	5	6	7	8	9	10
San Martín, Fiesta Nacional	Fiesta de Picquito, Sonora.	Señor del Encino, Aguascalientes, Aga.		Fiesta de Halachó, Yucatán.	Fiesta de Villa Juárez, San Luis Potosí.	
11	12	13	14	15	16	17
	Fiesta de Manuel, Tamaulipas.	Fiesta de Tlalnepuntia, Puebla.	Aniversario de la Revolución Mexicana.	Santa Cecilia, Querétaro, Querétaro.		Cristo Rey Chalma, Edo de México.
18	19	20	21	22	23	24
Santa Catalina, Chicontepec, Veracruz.		La Medalla Milagrosa Benito Juárez, México, D.F.	Fiesta de San Juan de los Lagos, Jalisco.		Fiesta de Acazán, Veracruz.	
25	26	27	28	29	30	

octubre

				Fiesta de Delicias, Chihuahua.		Fiesta de Olinalá, Guerrero.
				1	2	3
Fiesta de Jiquilpan, Michoacán.	Fiesta de Rosarito, Baja California Sur.	Fiesta de Antonio Escobedo, Jalisco.	Fiesta de Teoculco, Oaxaca.	Fiesta de Zapotlán, Jalisco		Fiesta de Ocoyoacac, Edo de México.
4	5	6	7	8	9	10
	Fiesta de Tlacuahuila, Oaxaca.			Niño Pidenzo Bapinazo, Nuevo León.		
11	12	13	14	15	16	17
San Lucas, Ixcateopan, Guerrero.	San Pedro Naniquipa, Chihuahua.	Fiesta de Huetzielán, Puebla.		Fiesta de Aputzingan, Michoacán.	Fiesta de Taramácuaro, Guanajuato.	Fiesta de los Haros, Zacatecas.
18	19	20	21	22	23	24
Fiesta de Coronco, Guanajuato.	Cristo Rey, Patambán, Michoacán.			Fiesta de Yecapitla, Morelos.	Fiesta de Nocupéscaro, Michoacán.	
25	26	27	28	29	30	31

diciembre

				San Andrés Ixtlán, Jalisco.		Fiestas Franciscanas, Coronado, Chihuahua.
				1	2	3
Santa Bárbara, Santa Bárbara, Guerrero.	Sr. de la Misericordia, Compostela, Nayarit.	Fiesta de Valparaiso, Zacatecas.	Fiesta de Teocoltán, Jalisco.	La Concepción, Tlalpan, México, D.F.	Fiesta de Jamapa, Veracruz.	Virgen de Loreto, Loreto, Zacatecas.
4	5	6	7	8	9	10
Fiesta de Fresnillo, Zacatecas.	Virgen de Guadalupe, Fiesta Nacional.	Santa Lucia, Tecpatán, Chiapas.	Santa Eulalia, Aquiles Serdán, Chihuahua.	Virgen de la Piedrita, Canalejas, Edo de México.	Fiesta de Campeche, Campeche.	
11	12	13	14	15	16	17
Virgen de la Expectación Doemil, Yucatán	Fiesta de Espita, Yucatán.	Fiesta de Rosario, Sonora.	Santo Tomas, Fiesta Nacional		Noche de Rábanos, Oaxaca.	Noche de Rábanos, Oaxaca.
18	19	20	21	22	23	24
	Fiesta del bastón Tzucula, Tlaxcala.		Fiesta del Matz, Ocampo, Tamaulipas.	Fiesta de la Ciénega, Oaxaca.		Fiesta de Cadereyta, Querétaro.
25	26	27	28	29	30	31



1.3.3. El dulce regional

El dulce sigue conservando hasta nuestros días un conjunto de características adquiridas en el desarrollo de cuatro largos siglos. Es, sin duda el claro resultado del mestizaje cultural, el producto de una actividad que posee una notable capacidad de transformar y adaptar lo que proviene de ámbitos distintos y lejanos. El sello propio del dulce mexicano se reconoce en las fusiones y en las transformaciones más que en las invenciones o en la conservación sin alteraciones de antiguas recetas. En el más estricto sentido del término, un dulce histórico anclado en espacios precisos y con filiaciones inequívocas, pero al mismo tiempo es un dulce que parece borrar sus orígenes para presentarse como un producto nuevo y distinto.

La estructura del poblamiento de Nueva España, las características ecológicas de las regiones, la presencia de conventos, de los ingenios y de los trapiches en provincia y las diferentes tradiciones gastronómicas de los nativos y de los inmigrantes construyeron factores definitivos que fijaron las características de las cocinas regionales.

Para agrupar los estados por regiones usamos el mismo que ocupó en su momento el COPLAMAR (Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados), ubicando y ordenando cada estado de Norte a Sur y de Este a Oeste, tal como aparece en *“Atlas Cultural de México Gastronomía”*.³¹



“Dulces Mexicanos”. Puesto en el mercado de la Merced. BIOP (2009)

31. *Atlas Cultural de México Gastronomía*. (1998) México, Ed. SEP, INAH- PLANETA, p.15

- REGIÓN PACÍFICO NORTE -

BAJA CALIFORNIA NORTE Y SUR.

Ates, capirotada, dulce de queso, empanadas de frijól refrito con piloncillo y canela, jamoncillos y miel de abejas.

SONORA

Arroz con leche, buñuelos con miel de piloncillo, camote enmielado, capirotada, dulce de calabaza y leche almendrada.

- REGIÓN NORTE -

CHIHUAHUA

Capirotada, dulce de leche de cabra, nuez, ensalada de calabaza, mermelada de ciruela pasa y jalea de chabacanos.

COAHUILA Y NUEVO LEÓN

Buñuelos con jugo de naranja y harina de trigo, cajeta con leche, calabaza de castilla en dulce, capirotada, dulce de Monterrey, empanadas de nuez, de nuez con piloncillo, hojarascas, jalea de semilla de membrillo, de coco con leche, de leche, de nuez con leche y de piñones con leche, palanqueta, pastas secas y tortillas de harina dulces.

TAMAULIPAS

Ate de perón, caramelo de pasas, crema de limón, dulce de papa, gordas de cuajada, manzanas al horno y postre de mamey.

- REGIÓN PACÍFICO NORTE -

DURANGO

Cajetas de membrillo, guayaba, ciruela, durazno, capirotada con cacahuete, queso añejo, coco y colación, diversos dulces de miel de Canatlán, dulce de biznaga, de jiole y de raíz de pochote, empanadas de pitahaya, mostachones, pasta de almendras, postres caseros de higos, duraznos, almendras, dátiles y piñón, tortillas dulces de harina y “viejitos de lerdo” (dulces de higo fermentado).

SINALOA

Capirotada, conservas de peras y limones, dulce de cacahuete con queso, empanadas de guayaba de calabaza de pila y de otras frutas, Mermelada de mamey Pinole Ponte duro Tamales dulces de piña, nata y de frijól.

NAYARIT

Bollitos de plátano, pan de vainilla y canela, pulpa de tamarindo y postre de castaña.

- REGIÓN OCCIDENTE -

AGUASCALIENTES

Cajetas, dulce de duraznos, de guayaba, de leche, de membrillo y de otras frutas locales, Mermelada, natillas y tamales dulces,

COLIMA

Camote, conservas y mezcal tamal (uno de los dulces indígenas de mayor tradición, se elabora de maíz dorado, molido y amasado con miel de caña de maíz con un relleno de frijól).

JALISCO

Pulpa de guayaba, tamarindo y arrayán, rollos de guayaba, tamarindo y arrayán, arroz con leche, biznagas cubiertas, calaveras de dulce, panochitas de limón, de leche de coco, de camote de naranja, ates y calabazate, camotes cubiertos, capirotada de pan blanco (“*birones*”), cocada y empanadas dulces.

- REGIÓN CENTRO OCCIDENTAL -

GUANAJUATO

Cajetas de Celaya, conservas de fresas, envinado de coco, fresas en almíbar, tamales de guayaba y turrón de fresas.

MICHOACÁN

Calabaza con panocha, dulces de Zamora: ates, compotas, canelones, charamuscas, morelianas, fresas cristalizadas, chongos zamoranos, cajetas y gorditas dulces de maíz, “yururichustata” (se prepara con mezclado de piloncillo y carbonato).

QUERÉTARO

Dulce de canela, pasitas y acitrón, “fruta al horno” soletas, mamónes, condes, puchas, marquesotas, nieve de pasta con vainilla, huevo, leche y azúcar y panillas espolvoreadas con azúcar y rellenos de arroz con leche.

- REGIÓN NORTE -

SAN LUIS POTOSÍ

Buñuelos, cajeta, calabaza y camote en miel de piloncillo, colaciones, fresas con pasas y almendras, frutas de horno, gorditas “El Saucito”, huevitos de Faltriquera, jaleas y mermelada de garambullo, mezquí y pemoles (tamales dulces de guayaba, limón y coco o de naranja y chilacayote).

ZACATECAS

Ates, jaleas y mermeladas de membrillo, manzana, perón, higo, ciruela, capulín, higo, y garambullo, capirotada, condoches (gorditas de maíz con canela, leche, azúcar y vainilla que se cuecen sobre hojas de elote), chancaquillas, charamuscas, gorditas de cuajada y de horno greñudas, jamoncillos, miel, melcocha y orejones de tuna, natillas, nieves y raupas de duraznos, obleas, pan y postres de cuajada.

- REGIÓN CENTRO ESTE -

HIDALGO

Buñuelos, camote asado, dulce de quite, pan de huevo, pan de muerto, pemoles, tamales largos de anís, tlaxcales (gorditas de elote con guayaba, azúcar y canela), trabucos (tamales rellenos de cacahuete y piloncillo) y unguis (tamales de maíz, miel de piloncillo, anís y canela).

PUEBLA

Besitos bocado, camones, canelones, duquesas de clara de huevo, fruta cristalizada macarrones, mostachones, muéganos de vino, novias, pan de muerto, picones, tamarindos enchilados, tortitas de Santa Clara, veladoras de coco y vinitos.

TLAXCALA

Dulce de calabaza, frutas cristalizadas, panes dulces y vinitos con miel de hormiga.

- REGIÓN GOLFO CENTRO -

TABASCO

Cuadrados de tabasco, dulces ricos de melocotón morado, dulces y postres diversos a base de plátano, fruta en conserva, jalea de jícama y coco, marquesotes, pan de castaña, panetela y pipián (especie de flan).

VERACRUZ

Dulce de camote, dulce de mango, leche de chicozapote, lokun de Veracruz, mazapanes de Veracruz, mermeladas de manzana, durazno, fresa y guayaba, panes dulces y pasta de guayaba

ESTADO DE MÉXICO

Acitrones, ates de durazno, manzana, guayaba y membrillo, batidillos de piloncillo, cabellitos de ángel, cocadas, cochinitos, chongos, dulces de alfeñique y de calabaza.

- REGIÓN CENTRO -

ESTADO DE MEXICO

Batidillos de piloncillo, cocadas, chongos, frutas cristalizadas, gallinitas de leche, jaleas, jamoncillo de pepita, limones rellenos de coco, mamones de almidón con huevo, ponteduro, torrijas en almíbar y turrone.

MORELOS

Dulce de calabaza, de pepita, tamales de capulín y de frutas.

DISTRITO FEDERAL

Las condiciones ecológicas del Distrito Federal impiden cultivos de frutas, excepción hecha en zonas como Xochimilco. Naturalmente, lo producido ahí no alcanza para proveer a los mercados y tianguis capitalinos. Al mismo tiempo, el Distrito Federal es un gran centro de concentración y distribución de vegetales y dulces de distintas regiones del país; por lo que pueden encontrarse a lo largo del año, las frutas de temporada y numerosos productos de la dulcería regional. No obstante este poder de concentración, hace que algunas frutas y muchos de los dulces de provincia no acceden al mercado metropolitano, sin embargo el Distrito Federal muestra una riqueza notable en su panadería industrial o semi-industrial, así como su repostería y, en especial su heladería.

- REGIÓN PACÍFICO SUR-

GUERRERO

Bocadillos de arroz con leche y panocha de ciruela, calabaza y chilacayote revueltos en panela, capirotada, conservas con panocha, dulces de amaranto, de calabaza y ciruela, de chilacayote y panela, memelitas de horno y palanqueta de cacahuete con miel de cajón.

CHIAPAS

Alfeñiques, chimbos, dulces de cacahuete de San Cristóbal empanizadas, frutas cristalizadas o curtidas en mistela, hojuelas, muéganos, pedacitos (tamales dulces) y repulgatas.

OAXACA

Alegrías, arroz con leche, borrachos, burros, canutos nevados, condumbios de cacahuete, charamuscas con panela, frutas cubiertas, garbanzos tostados con panela, mamones, marquesotes y tamales con azúcar o panocha.

- REGIÓN SURESTE-

CAMPECHE

Campechana, campota de membrillo, dulce de cacahuete, fruta de horno, jalea de ciruela pasa, mantecado antiguo, manzanas cubiertas, perones almendrados y turrón de almendras.

QUINTANA ROO

Campota de pera, jalea de grosella y postre de mamey.

YUCATÁN

Alfajores, anises, biscotelas nevadas, campotas, empanadas de coco o camote, escotafi, frutas en almíbar, jalea de tejocotes rojos, mazapanes, miel, paneletas nevadas, plátanos borrachos, polvorón y ponteduro.

1.4 Dulcería de Celaya

1.4.1 Historia

La Dulcería se fundó por los hermanos Guízar en el otoño de 1874, en un pequeño local en el Centro Histórico de la ciudad de México, en la calle de Plateros, hoy Madero, ya que en aquel tiempo, el centro de la ciudad era el lugar donde existían todos los comercios importantes de la capital mexicana.

El señor Jorge González, quien está al frente del negocio desde hace 45 años nos platica que la empresa ha pasado ya cinco generaciones y que los fundadores fueron los señores Alfredo y Luís Guízar, originarios del estado de Michoacán y conocedores de la manufactura de confitería, y que ambos conocían el gusto popular de la época, por lo que viajaron al estado de Guanajuato para adquirir la mejor cajeta, y a su regreso a la capital, dieron a conocer este producto, que por eso bautizaron su expendió con el nombre de Dulcería de Celaya, que aún conserva hasta nuestros días.

También comento que juntos decidieron incorporar a su tienda otros productos de tradición, por lo que en el sótano de la casa improvisaron una pequeña fábrica, donde apenas producían una charola diaria; ahí instalaron cazuelas de cobre, compraron palas de madera y fabricaron un pequeño horno.

Con el tiempo adquirieron las mejores materias primas: azúcar, piloncillo, canela, miel, vinos y jerez, entre otros ingredientes, con lo que pudieron confeccionar las llamadas aleluyas, suspiros de monja, jamoncillos de pepita de melón y huevos reales, estos últimos fueron los más famosos y añejos, son actualmente elaborados a base de yema de huevo, jerez, miel, vino y canela.

Jorge Huguenin, gerente de ventas explico que a más de 100 años de existencia, la Dulcería de Celaya aún elabora sus manjares con las recetas originales, porque los miembros de la familia Guízar apostaron a los dulces ganancias y decidieron conservar intactas las centenarias recetas de ellos y, por supuesto, las formas y sabores de la antigüedad para deleitar a los mexicanos y extranjeros que frecuentarán el negocio en el Centro Histórico, lo cual ha sido la base de permanencia en el mercado, pues han logrado hacer de los productos objetos artesanales y exclusivos.

1.3.2 Localización

Al ser una empresa con tradición y sabor actualmente cuenta con dos sucursales: la primera está ubicada en la calle Cinco de Mayo N°39, Colonia Centro, ahí está colocado un letrero con el nombre “*Dulcería de Celaya*”, que hoy está catalogado como patrimonio nacional.

Y a finales de los setenta inauguraron la sucursal en la calle Orizaba N°3, Colonia Roma también en la Ciudad de México.

La Sra. Ida Lucila Guízar de Arias, representa la quinta generación de un negocio familiar y nos expuso que la Dulcería de Celaya se ha destacado por ofrecer y vender dulces de calidad y delicioso sabor, pero que ha sido difícil mantenerse hoy en día, por la situación económica que ha afectado al país a lo largo del tiempo y por la competencia del dulce industrializado.



Entrada de la Dulcería. BIOP (2010)

1.4.3 Exportación

La Dulcería de Celaya tiene 30 empleados, entre personal de mostrador y reposteros, produce 150 recetas originales. El señor Jorge Huguenín, recomienda a quienes pretende incursionar en el negocio que procuren explotar recetas tradicionales poco conocidas.

Hoy en día por medio de la exportación dentro de país, cuentan con una venta promedio de entre \$250,000 y \$300,000 mensuales que en los meses de noviembre y diciembre se incrementa al triple.

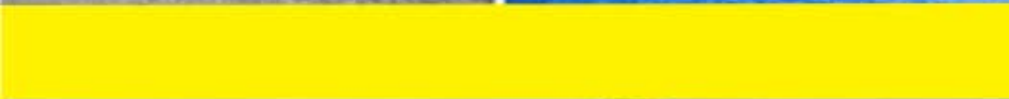
Los precios de los dulces están de \$20 el más caro; la pieza más económica es de turrón que se vende a \$3.50, el señor Huguenín comento sobre el precio que podrían utilizar saborizantes artificiales y, con ello, bajar el precio de los productos, pero también bajaría la calidad del sabor y lo que ellos venden es eso: dulces con un sabor que ha gustado por más de un siglo.

La estructura que requieren estos dulces artesanales es sencilla pues se basan fundamentalmente en hornos, ollas de cobre y palas de madera especiales para la elaboración de confitería y en conjunto por lo que el señor Huguenín dice que podría esto, representar una inversión inicial como de \$2,000 dólares, y de este desembolso dependerá la cantidad que se pretenda elaborar.

Este negocio se dedica a la elaboración de dulces y postres típicos de las regiones del país, y dado que es de las empresas dedicadas a esta tarea, se ha extendido también a la comercialización y a la exportación de dulces, ya que sus productos se han convertido en objetos exclusivos y artesanales, al igual que la casa matriz que se ha mantenido intacta a través del tiempo.



Vitral exterior de la Dulcería de Celaya. BIOP (2010)



CAPÍTULO I

La fotografía y el diseño gráfico



2.1 Antecedentes de la fotografía

2.1.1 Historia

La idea de la fotografía surgió como síntesis de dos experiencias muy antiguas: la primera, por la revelación de algunas sustancias sensibles a la luz y la segunda por la invención de la cámara oscura.

El hallazgo de las sustancias fotosensibles se remonta a muchos años de antigüedad, cuando el hombre observó por ejemplo, que al retirar un objeto dejado durante algún tiempo sobre una hoja verde, ésta conservaba la silueta del objeto.

*“Los primeros experimentos datan del siglo XVII cuando Robert Boyle en 1663 describió que el Cloruro de Plata se volvió negro al exponerse a la luz, aunque lo considero por el efecto de oxidación del aire, Giovanni Battista en 1757 dijo que ese efecto fue debido a la acción de la luz, a partir de entonces los estudios sobre la naturaleza de la luz fueron complementándose y se realizaron los primeros esfuerzos por fijar imágenes y dibujos con la luz, pero éstos acabaron por degradarse”.*¹ (LEMAGNY,1988)

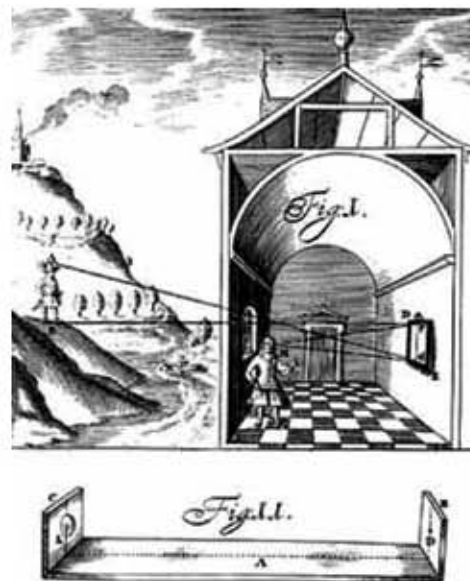
También explica: *“La palabra fotografía proviene de dos vocablos griegos: foto (luz) y grafía (escritura), por lo que uniéndolos significa escribir o dibujar con luz; con esto podemos definirla como el arte y la ciencia de obtener imágenes visibles de un objeto y fijarlos sobre una capa material sensible a la luz”.*²

En la antigua Grecia fue donde surgió la preocupación por encontrar una explicación del fenómeno lumínico, lo que condujo a los filósofos a observar los efectos de la luz en todas sus manifestaciones.

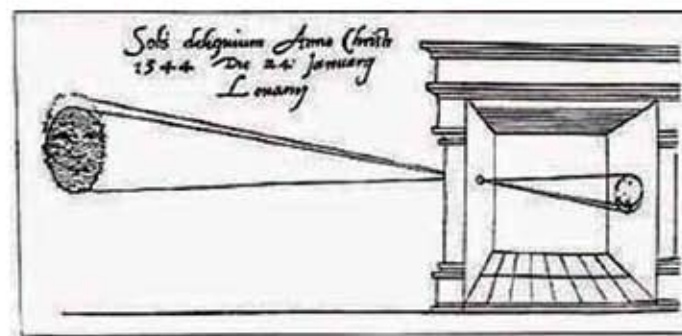
Abaurrea (2005, p.21) comenta que Aristóteles sostuvo que los elementos que constituían la luz se trasladaban de los objetos al ojo del observador con un movimiento ondulatorio. Para comprobar su teoría, construyó la primera cámara oscura de la que se tiene noticia en la Historia, describiéndola de la siguiente manera:

*“Se hace pasar la luz a través de un pequeño agujero hecho en un cuarto cerrado por todos sus lados. En la pared opuesta al agujero, se formará la imagen de lo que se encuentre enfrente”.*³

A principios del siglo XI el árabe Ibn al-Haitham estudió los eclipses de sol y luna, haciendo pasar a través de un pequeño agujero los rayos emitidos por el sol y reflejados por la luna. En la Edad media, dos filósofos, Bacon y Alzahan, cuyas investigaciones sobre la óptica, los llevaron a la conclusión de que podían configurar imágenes a través de un cristal con el fin de proyectarlo en un soporte.



La llamada cámara oscura, modelo por excelencia de la Óptica: por un orificio (como la pupila) practicado en una habitación o en una caja entra la luz exterior, que se proyecta sobre la pared de enfrente o sobre cualquier superficie interpuesta (como la retina), con la ventaja de que la imagen proyectada es plana.



1. LEMAGNY, Jean-Claude (1988) *Historia de la fotografía*. Barcelona. Ed. Alcor, p. 20

2. Ibid. p. 25

3. ABAURREA, Vlarde. Jorge. (2005) *Fotografía para torpes*. Madrid. Ed. Anaya Multimedia, p.21

En un principio la cámara oscura fue utilizada por observadores de la naturaleza, experimentadores y alquimistas con intereses empíricos o científicos. Esto permitió que con el paso del tiempo se lograra perfeccionar de tal manera que, después de varios siglos de una presencia casi imperceptible, con algunas modificaciones y nuevos aditamentos se convirtiera en una de las herramientas indispensables para la obtención de imágenes fotográficas.

El italiano Leonardo Da Vinci fue quien empezó a dar las bases a la fotografía, inventando una máquina capaz de copiar la realidad, la cámara oscura, en los finales del siglo XV y principios del XVI. En el Renacimiento también se hizo otra aproximación a la fotografía, se incorporó un espejo para enderezar la imagen y colocarla sobre un plano horizontal, la cámara lúcida.

Da Vinci se dio cuenta que las imágenes recibidas en el interior de la habitación son de tamaño más reducido e invertido, conservando su propia forma y colores, lo que le permitió ver al modelo y calcarlo a tamaño natural para poder copiarlo.

El alemán Alberto Durero empleó la cámara oscura para dibujar objetos que en ella se reflejaban y a partir de ese momento se utilizó como herramienta auxiliar del dibujo y la pintura, extendiéndose rápidamente en Europa.

La cámara oscura original era una habitación cuya única fuente de luz era un minúsculo orificio en una de las paredes, la luz que penetraba en ella por el orificio, proyectaba una imagen del exterior en la pared opuesta, aunque la imagen así formada resultaba invertida y borrosa.

Lemagny dice: *“en el Renacimiento se da a conocer la llamada Cámara Oscura, la cual consistía en proyectar los rayos del sol en la pared opuesta de la habitación oscura”*.⁴

Más tarde se descubrió que poniendo en el agujero una lente a una distancia focal apropiada, se obtenía una imagen más nítida, por lo que este principio se utilizó durante los siglos XVII y XVIII como instrumento de dibujo para reproducir edificios, campos, etc., cámaras que consistían en tiendas de campaña.

4. LEMAGNY, Op. Cit., p. 33

5. ROUBIER, Jean. (2003) Fotoenciclopedia. Madrid. Ed. Daimon. Tomo 1, p. 14

6. NEWHALL, Beaumont. (2002) Historia de la Fotografía. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, p. 33

7. Ibid. p. 37

8. Ibid.

Este instrumento de reproducción existía ya cuando se inició la técnica de conservar la imagen de la cámara oscura, mediante el efecto producido, sobre las sales de plata, por los rayos luminosos.

Roubier cita *“La primera publicación sobre la cámara oscura fue en 1521 por Cesare Cesariano, un alumno de Leonardo durante el Renacimiento. Por su parte, el científico Georgius Fabricus experimentaba ya con las sales de plata, notando algunas de sus propiedades”*.⁵

Durante el siglo XVII en el año 1600, la cámara que hasta ese momento era una habitación como tal se transforma en un instrumento portátil de madera. Johann Zahn transformó esa caja en un instrumento parecido al usado en los principios de la fotografía.

Newhall redacta: *“en este siglo los científicos continuaban experimentando con sales de plata, notando cómo se oscurecían con la acción del aire y del sol, sin saber que era la luz la que les hacía reaccionar, hasta que científicos como el sueco Carl Wilhelm Scheele y el suizo Jean Senebier revelaron que las sales actuaban con la acción de la luz”*.⁶

Mientras que en 1685, de acuerdo a tratados publicados por Zahn, ya la cámara estaba lista para la fotografía, pero tuvieron que pasar 130 años más para que pudiera dar los primeros frutos concretos, ya que aún los químicos no estaban listos.

En su libro (Newhall, pag.37) explica: *“las pinturas de artistas exitosos de ese siglo como Canaletto o Jean Auguste Dominique Ingres, usaron esta poderosa herramienta, la cámara oscura, y una cámara de este tipo tiene grabado el nombre de Canaletto, que se conserva en Venecia, aunque no está confirmado que efectivamente perteneció al artista”*.⁷

La fotografía nació en Francia por las innovaciones tecnológicas de la época pre-industrial, e influenciada por la filosofía positivista, que establecía la necesidad de probar empíricamente cada elemento de la naturaleza.

El científico francés Nicéphore Niepce obtuvo las primeras imágenes positivas directas utilizando placas de peltre (aleaciones de zinc, estaño y plomo) recubiertas de betún de judea y fijadas con aceite de lavanda. Con este sistema, utilizó una cámara oscura modificada, en 1826 impresionó una vista del patio de su casa, que se considera la primera fotografía permanente de la Historia, a este procedimiento le llamó Heliografía, la fotografía se llamaba: *“Punto de vista desde la ventana del Gras”*.⁸

2.1.2 Principios

La fotografía se basa en dos principios:

- Naturaleza física-

Se rigen por la óptica, es decir, la física de la luz, el término genérico “luz” se refiere a la parte visible del espectro electromagnético que incluye además ondas de radio, rayos gamma, rayos X, infrarrojas y ultravioletas. El ojo humano, solamente percibe una estrecha banda de longitudes de onda: el espectro visible, comprende toda la gama de colores, la mayor longitud de onda visible corresponde al rojo y la menor al azul.

Sobre las propiedades de la luz y la formación de la imagen en la cámara oscura, se tienen referencias desde varios siglos antes de Cristo, aunque no es hasta el Renacimiento que se difunde y se desarrolla, la práctica del dibujo fácil, con los cuales se conseguían representaciones fidedignas de la “realidad”.

- Naturaleza química -

Todas sus formas se basan en las propiedades fotosensibles de los cristales de haluros de plata, compuestos químicos de plata y halógenos (bromuro, cloruro y yoduro). Cuando la película fotográfica, que consiste en una emulsión (capa fina de gelatina) y una base de acetato transparente de celulosa o de poliéster, se expone a la luz, los cristales de haluros de plata suspendidos en la emulsión experimentan cambios químicos para formar lo que se conoce como imagen latente de la película.

Freund dice: *“las sales de plata tienen la propiedad de que cuando incide luz sobre ellas reaccionan de forma proporcional a la cantidad de luz que reciben. Generan depósitos de plata metálica negra de mayor o menor densidad en función de la cantidad de luz que les incide encima (Ej.: dependiendo de la cantidad de luz que nos incide sobre la piel, la melanina reacciona en mayor o menor medida, y nos ponemos más o menos morenos)”*.⁹

Así fue como, en 1824, Nicéphore Niépce inventó la fotografía y para conseguir la primera imagen Niepce sumergió un soporte en solución de sales de plata y lo introdujo en una cámara oscura para que la luz incidiera en él y quedara impresa la imagen exterior.



Fotografía . Juliano Rdo. Sacramento. (2005)

2.1.3 Evolución

Juan Bautista Hernández define en su ensayo a la Fotografía como:

*“El arte de grabar un momento o instante en el tiempo. La imagen puede ser grabada sobre cualquier superficie que haya sido sensibilizada a la luz”.*¹⁰

En la evolución de la fotografía han contribuido numerosos investigadores a través de sus intuiciones y grandes descubrimientos, los principios en que se basa el proceso fotográfico son:

- Óptico -

Siglo IX: Los astrónomos árabes utilizaban el principio óptico para medir la posición del sol.

Siglo XII: Roger Bacon dió a conocer los trabajos de los árabes.

Siglo XV: Leonardo DaVinci describe la cámara oscura en sus notas.

Siglo XVI: Daniello Bárbaro le añadió un lente a la cámara. Utilizó espejos para invertir la imagen.

Siglos XVII Y XVIII: La cámara oscura y la cámara lúcida (consiste de una caja y un prisma; se utilizaba para dibujar) gozan de gran popularidad.



Recreación del autorretrato de Leonardo

- Químicos -

1727: Profesor J. Schulze hace mezclas de cal, ácido nítrico y la plata en un matraz; avisos en el lado oscuro de la mufla expuestos a la luz solar.

1800: Thomas Wedgwood hace “*imágenes del sol*” mediante la colocación de objetos opacos en cuero tratados con nitrato de plata, pero las imágenes resultantes se deterioraron rápidamente.

1816: Joseph Nicéphore Niépce descubre el proceso llamado “*Heliografía*” (*sun-drawing*).

1826: Niépce consigue por primera vez fijarla primera fotografía llamada “*Punto de vista desde la ventana del Gras*”. El tiempo de exposición fue de 8 horas e hizo servir betún de judea como compuesto fotosensible.

1834: Henry Fox Talbot presenta su “*dibujo fotogénico*”. Introduce el principio de negativo-positivo para obtener fotografías. A este proceso se le denominó “*Calotipo*” o “*Talbotipo*”.

1837: Daguerre, crea el “*Daguerrotipo*”, fijando las imágenes mediante una solución de sal comuna. Eran imágenes positivas, pero no se podían reproducir, eran frágiles y difíciles de ver.

10. BAUTISTA, Juan. EL PORTAL DE LOS UNIVERSITARIOS [en línea]

<<http://www.patatabrava.com>>

[consulta: 16 mayo 2009]

1839: Se reconoce oficialmente como el año del nacimiento de la fotografía y a Louis Jaques Mandé Daguerre como su inventor en Francia.

1840: Talbot con el Calotipo consigue copias de la fotografía original.

1842: El fotógrafo Carl F. Stelzner usando el daguerrotipo saca la primera fotografía de un suceso, un barrio de su ciudad, Hamburgo, desolado por un incendio.

1843: Hacia este año empiezan a colorearse los daguerrotipos, lo cual causa sensación en la sociedad mexicana.

1850: La primera revista fotográfica del mundo fue “*The Daguerreian Journal*” fundada en Nueva York

1851: Frederick Scott Archer, un escultor en Londres, mejora la resolución fotográfica mediante la difusión de una mezcla de Colodión (algodón, nitratos disueltos en el éter y alcohol) y productos químicos en las hojas de vidrio.

1854: Aparece, de manos de Petzval, el objetivo de gran angular que abarcaba 92° y André Adolph Disdèri, utilizó una cámara de objetivo múltiple, que permitía hacer ocho negativos en la misma placa de cristal.

1860: Los fotógrafos se hacen publicidad mediante tarjetas de visita. Destaca en nuestro país el establecimiento de estudios fotográficos; entre los más importantes se encuentran los de *Cruces y Campa y Valletto & Co.*

1861: La fotografía moderna aparece a raíz de un descubrimiento que hizo Sir James Clerk Maxwell, demostrando que cualquier color podía conseguir mezclando luces; estas eran rojas, verdes y azules.

1874: Bennet, con el gelatino bromuro, produce placas secas en serie, demostrando que la emulsión adquiría mucha sensibilidad si reposaba de dos a diez días a una temperatura constante de 32° centígrados.

1878: Muybridge realizó la serie de fotografías al galope de una yegua con 24 cámaras colocadas en hilera, cuyos obturadores eran accionados por unos cables que rompía la yegua al pasar. El resultado demostró que los cuatro cascos de un caballo al galope despegan del suelo a la vez.

1880: George Eastman, fabricante de placas secas, crea la cámara Kodak.

1882: Se inicia la fabricación de placas con material ortocromático. (es una emulsión en blanco y negro sensible al azul y verde pero no al rojo ni al naranja).

1884: Empieza la fabricación de objetivos.

1886: Surge un movimiento dirigido a que se reconozca la Fotografía como una arte y se le atribuye este logro a Alfred Stieglitz.

1888: Eastman funda la empresa Kodak y la película sensible a base de papel.

1889: Eastman introduce la primera película celuloide, un material transparente.

1900-1901: Surge *El fotógrafo mexicano*, revista destinada a presentar el trabajo más destacado de los fotógrafos de estudio, así como artículos enfocados a fomentar la fotografía profesional. Esta publicación fue distribuida por tiendas de materiales fotográficos en México.

1904-1908: Guillermo Kahlo viaja por todo el país retratando edificios y monumentos virreinales de importancia histórica y arquitectónica a petición del ministro de Hacienda, José Ives Limantour, para la Celebración del Centenario de la Independencia.

1906: Disponibilidad de la película en blanco y negro pancromática y por lo tanto de color de alta calidad en fotografía de separación de colores.

1907: Primera película en color comercial, las placas Autocromo, fabricado por los hermanos Lumière en Francia,

1910: A partir de la Revolución, el clima político obliga a madurar el fotoperiodismo gráfico, en el que sobresale la labor fotográfica de Agustín Casasola.

1911: La invención de un procedimiento sin reticulado, consistente en la superposición de tres emulsiones y tres filtros en el cuerpo de la materia sensible, se logró por primera vez con el revelado cromógeno del alemán Rudolf Fischer, precursor del actual Agfacolor.

1913: Primera cámara fotográfica Leica de 35 mm. por Oscar Barnack.

1914: Oscar Barnack, empleado por el fabricante alemán de microscopio Leitz, desarrolla cámara con el marco de 24x36mm moderno y sprocketed película de 35 mm de película.

1917: Nippon Kogaku KK, que eventualmente se convertirá en Nikon, establecida en Tokio.

1923: Arriban a México Tina Modotti y Edward Weston, durante cuya estancia, que se prolongó hasta 1926, desarrollaron una obra innovadora en el contexto mexicano a través de temas como desnudos, retratos, formas cotidianas y naturalezas muertas.

1924: Leitz los mercados de un derivado de la cámara de Barnack comercialmente como “Leica”, la cámara de alta calidad de primera de 35 mm.

1925: Modotti y Weston exponen en el Museo del estado de Guadalajara, Jalisco.

1928: Se realiza la exposición Fotógrafos mexicanos en los salones de Carta Blanca, con trabajos de Hugo Brehme, Antonio Garduño, Tina Modotti y Manuel Álvarez Bravo.

1931: La compañía cementera Portland a través de la Tolteca convoca a los artistas a un concurso para resolver con sus obras los problemas de publicidad.

1932: Creación del technicolor de las películas, donde tres negativos en blanco y negro se hicieron en la misma cámara bajo diferentes filtros.

Ansel Adams, Imowen Cunningham, Willard Van Dyke, Edward Weston, y otros, forman el *Grupo f/64* dedicado al “pensamiento recto fotográfica” y “la producción”.

Henri Cartier-Bresson compra una Leica y comienza una carrera de 60 años fotografiando a gente.

1936: Desarrollo de Kodachrome, los múltiples colores de primera película en color en capas, el desarrollo de Exakta, pionero de la cámara de 35 mm réflex.

1945: Se reúnen Mario Zárate, Francisco Vives, López Aguado, Ángel Ituarte y Enrique Segarra, grupo que más tarde se convertiría en el Club Fotográfico de México.

1947: Se introduce el sistema Polaroid, por Edwin Land.

1948: Hasselblad, en Suecia ofrece su primer medio-SLR de formato para la venta comercial, Pentax presenta en Japón el diafragma automático.

1949: Alemania del Este Zeiss desarrolla la Contax S, primera réflex con una imagen no invertida en un visor pentaprismo

1950: Nuevos procedimientos industriales permiten incrementar enormemente la velocidad y la sensibilidad a la luz de las películas en color y en blanco y negro.

1957: George Eastman “*House de Rochester*”, Nueva York, adquiere 45 fotografías de Manuel Álvarez Bravo.

1960: Los primeros VTR (Video Tape Recorder que en 1951, ya eran capaces de capturar imágenes de televisión, convertirlas en una señal eléctrica y guardarlas en soportes magnéticos) son utilizados por NASA, para captar las primeras fotografías electrónicas de Marte.

1963: Primera película en color instantánea desarrollada por Polaroid, lanzado por Kodak Instamatic.

1969: Es considerado como el inicio de la carrera digital. Willard Boyle y George Smith diseñaron la estructura básica del primer CCD (acrónimo de *Charge Couple Device* ó Dispositivo de Carga Acoplada) .



La primera foto del mundo donde se muestran un ángulo de la habitación de trabajo de Joseph Nicéphore Niépce (1826)

1972: 110 cámaras de formato fueron introducidas por Kodak con un marco de 13x17mm.

1973: José Emilio Pacheco presenta el catálogo de la exposición *La fotografía* como fotografía de Enrique Bostelmann en el Museo de Arte Moderno

1975: Steve Sasson de Kodak saca la primera cámara digital de la historia basada en CCD.

1978: Se realiza la exposición y se publica el libro *Imagen histórica de la fotografía en México* en el Museo Nacional de Historia y Museo Nacional de Antropología; el libro es editado por INAH-SEP-FONAPAS.

1980: Elsa Dorfman comienza a hacer retratos con el 20x24 con Polaroid.

1982: El Museo de Arte Moderno del inba, como un homenaje al trabajo de Manuel Álvarez Bravo, le asigna una sala permanente para albergar la obra que él había donado al museo.

Se presenta el *Taller de la Luz*, integrado por Javier Hinojosa, Gerardo Suter y Lourdes Almeida.

1983: Kodak introduce la cámara de disco, utilizando un marco de 8x11mm (el mismo que en la cámara espía de Minox) |

1985: Minolta saca al mercado el primer sistema SLR de enfoque automático (llamado "Maxxum" en los EE.UU.); por Richard Avedon.

1987: El sistema EOS de Canon presentó, con un objetivo totalmente nueva montura electrónica.

1991: Sale la primera Kodak DCS-100, era réflex digital.

1992: Kodak introduce PhotoCD.

1993: Fundación de photo.net (este sitio web), una antigua comunidad en línea de Internet; por Sebastián Salgado.

1999: Sale la Nikon D1 SLR, 2,74 megapíxeles, el primer motivo-up DSLR diseño de un fabricante líder.

2000: Teléfono con cámara introducida en Japón por Sharp / *J-Phone*.

2001: Polaroid va a la quiebra.

2004: Kodak cesa la producción de cámaras de película.

2005: Canon EOS 5D, primer consumidor de precio full-frame digital SLR, con un sensor CMOS de 24x36mm, por Rineke Dijkstra.



Willard Boyle y George Smith (1969)

2.2 Fotografía Moderna

2.2.1 Fundamentos

En la primera mitad del siglo XX, la fotografía ha disfrutado de una posición privilegiada en el orden visual e iconográfico, ya que sus estrategias la han llevado a ubicarse en un contexto cercano que disfruta de las bellas artes para tener un cierto grado de autonomía en el mismo centro de la cultura moderna, puesto que ha logrado además de adornarse de aquellos atributos necesarios que le permiten exigir el respeto de los demás medios de creación artística.

Las imágenes fotográficas tienen un carácter radicalmente distinto al resto de las representaciones visuales, la Fotografía puede contribuir eficazmente a desarrollar la sensibilidad estética, avivar la imaginación creativa y estimular una apreciación reflexiva de los aspectos visuales.

*“La fotografía moderna es un medio expresivo de la subjetividad en consonancia con la dimensión humanista de la cultura moderna y se constituye en un arte autónomo, cuya noción de autonomía se traduce en la pureza de impresión, en la elevada gama tonal de los grises, en la perdurabilidad de la obra fotográfica, en la génesis a través del sistema de zonas, en el encuadre y en la ausencia del grano”.*¹¹ (Bresson, 2003)

La fotografía de hoy goza pues de un estatuto de veracidad como instrumento de registro en un ámbito racionalista; pero dispone también de la posibilidad de ser un medio expresivo de la subjetividad en consonancia con la dimensión humanista de la cultura contemporánea. Como arte autónomo, dicho estatus se traduce en la pureza de impresión, la elevada gama cromática y escala tonal de grises, la perdurabilidad del soporte, el encuadre y en la ausencia del grano.

La imagen fotográfica impone una centralidad visual que queda instrumentada, fundamentalmente, en el desarrollo de las posibilidades técnicas del medio y en la búsqueda de la novedad radical como uno de los ejes centrales de la cultura moderna y hacia la consecución de un ideal estético.

Los grandes relatos constitutivos de la fotografía moderna podrían ser establecidos como:

- pureza del medio
- autonomía
- tradición documentalista
- construcción de una historia de la fotografía constituida por grandes maestros
- noción de autor impuesta por los intereses museísticos y mercantilistas

En la primera mitad de los 70 se puede decir que en las sociedades occidentales más avanzadas, la fotografía se ha institucionalizado, pues se han multiplicado los programas educativos, los espacios, las galerías, los centros, las colecciones y se ha iniciado el camino de su reconocimiento en el mercado artístico.

La fotografía hoy se concibe como en un conjunto de prácticas que persiguen diferentes fines y propósitos, las técnicas no son solo formas o modos de producción, sino que son formas de mirar el mundo y de representarlo, la imagen no es sólo un juego nacido de la tecnología sino es el resultado de quien la crea, la singulariza y le otorga un propósito.

11. BRESSON, Cartier. (2003) *Fotografía del Natural*. Barcelona.
Ed. Gustavo Gili, p. 14

2.2.2 La fotografía en nuestros días

En la actualidad, la fotografía es un medio ya internacionalizado en nuestra sociedad y hace bastante ha dejado de ser considerada moderna, aún así, ha dado pie para que se desarrollen otros medios de reproducción mecánicos y digitales, es por ello que es valorada dentro de los soportes como el pionero en dejar atrás la plástica y utilizar la máquina para obtener una imagen, de ahí su importancia como objeto tecnológico.

No obstante, a nivel de patrimonio nacional, su verdadero aporte está en el podernos narrar visualmente como eran los lugares donde nosotros hoy día habitamos y a los personajes que hicieron nuestra historia; su valor está en otorgarnos una memoria visual de nuestro país.

Las nociones básicas sobre la composición de una imagen son algo que debe tener en cuenta quien se sitúa tras una cámara fotográfica. La comprensión de ciertos conceptos técnicos como volúmen, ritmo y textura, entre otros, permitirán ver mejores fotografías y componer imágenes con conocimiento de causa.

Jorge Abaurrea (2005, pag.20) explica: *“mediante la fotografía se pueden expresar emociones, ideas y sentimientos observados de su entorno. Cada vez que se hace una fotografía hay que preguntarse qué es lo que se quiere decir y analizar estas intenciones conscientemente en lugar de dejarlas a merced del azar o de la intuición”*.¹²

Igualmente pasó por el monopolio de los medios culturales, por las sociedades europeas y norteamericanas que hacen que el desarrollo histórico de cada una de las ramas de la cultura y de las artes se documente a partir de las obras de aquellos artistas que desarrollan su carrera en estas sociedades. Es por ello que no debemos olvidar el papel realizado por tantos fotógrafos e investigadores que pasaron su vida al margen de los circuitos internacionales, ya por pertenecer a otras escuelas fotográficas o a posturas artísticas alternativas, si realmente queremos ofrecer una visión completa de la Historia de la fotografía.

Captar imágenes a través de una lente fotográfica y tenerlas al instante en una computadora es un hecho que rebasa los sueños de nuestros antecesores cuando hace más de dos siglos se retrataban mediante el uso de diversos instrumentos ópticos muy rudimentarios.

En la sociedad actual la fotografía desempeña un papel importante como medio de información, como instrumento de la ciencia y la tecnología, como una forma de arte y una afición popular. Es imprescindible en los negocios, la industria, la publicidad, el periodismo gráfico y en muchas otras actividades



“Armados Escenográficos” Shinin Neshat. (2003)



“Armados Escenográficos” Shinin Neshat. (2003)

12. ABAURREA. Op. Cit., p. 56

2.3 Conocimientos básicos de la fotografía análoga

2.3.1 La cámara: elementos, tipos y accesorios

- Cámara -

El aparato que conocemos como cámara, tiene una antigüedad de mil años más que la propia fotografía. Sabemos que ya en el siglo X se observaban los eclipses en el interior de una habitación a oscuras, en uno de cuyos lados se abría un orificio que proyectaba una imagen muy clara del sol en la pared opuesta.

En la antigüedad la cámara oscura se usó como instrumento de dibujo, tenía un objetivo montado en una caja portátil; el dibujante se situaba en el interior de una especie de tienda de campaña negra a través de uno de cuyos lados asomaba el objetivo.

Con el descubrimiento de los compuestos fotosensibles y su exposición dentro de cajas cerradas, la cámara oscura pasó a llamarse cámara fotográfica o simplemente cámara.

Freeman explica: *“la cámara es una caja hermética a la luz, a la que solo deja entrar la luz que procede de una abertura y es la que forma la imagen”*.¹³

Se puede decir que una cámara fotográfica es una caja oscura que deja pasar la luz, el tiempo justo, para que ésta imprima en una película, sensible a la luz, la imagen enfocada.

Los elementos más básicos de la fotografía son la cámara, el sujeto u objeto que se va a fotografiar y la luz existente.



- Elementos -

- Caja o Cuerpo: Es una caja herméticamente cerrada, que sólo permite la entrada de luz a través del objetivo.

- Objetivo: Recoge los rayos luminosos procedentes del objeto real iluminado y forma su imagen invertida en la emulsión sensible de la película. Hay dos elementos fundamentales: el mecanismo de enfoque y el anillo del diafragma. Sus propiedades son:

- La *luminosidad* es la capacidad que tiene el objetivo para permitir el paso de la luz.

- La *distancia focal* se encuentra marcada en la parte delantera del objetivo, y viene expresada en mm.

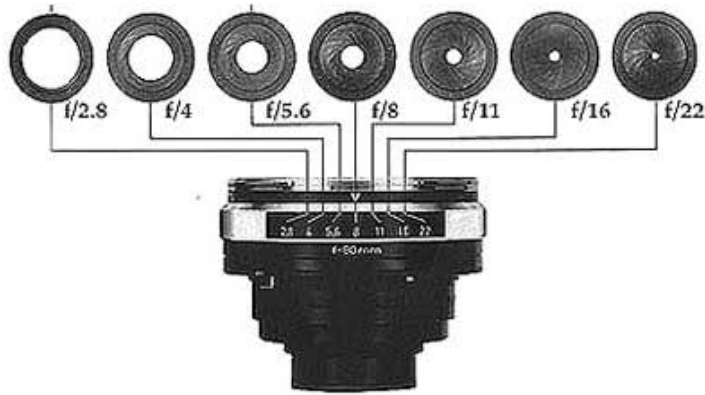
Es el factor que determina el tamaño de la imagen sobre la película, siendo tanto mayor cuanto más larga sea la distancia focal. Si tenemos dos objetivos, uno de 50mm y otro de 100mm, la imagen del segundo será doble que la formada en el primero.¹⁴ (Freeman, pág. 32)

13. FREEMAN, Michael. (2006) *Manual de la Fotografía en 35 mm*. Barcelona. Ed. CEAC. p. 32

14. Ibid



- Diafragma: Es un mecanismo que regula el paso de la luz que entra por el objetivo y quedará en la película. Moviendo el anillo del diafragma colocado en el objetivo, tiene un juego de láminas metálicas cruzadas que ayudan al aumento o disminución del diámetro de la abertura del diafragma. Las diferentes aberturas se denominan números de diafragma, se simbolizan por la letra f.



- Visor: Elemento a través del cual se puede ver anticipadamente la perspectiva y el campo visual que abarca la fotografía. Todas las cámaras portátiles, precisan de algún tipo de visor que permita encuadrar y componer una imagen.



Visor

- Obturador: Es una pantalla colocada entre el diafragma y la película. Tiene como función controlar el tiempo que la luz va a estar llegando a la película. Abaurrea explica que las fracciones de tiempo se denominan, velocidad de obturación y van referidas al segundo como unidad. La letra B es la velocidad de obturación llamada pose. Manteniéndose el obturador abierto durante todo el tiempo que apretamos el disparador. A partir de velocidades menores de 60 es necesario el trípode.

- La velocidad normal es 1/125, cuanto mayor sea el denominador menor tiempo de exposición.
- Cada paso de la escala de velocidades supone el doble o la mitad de la exposición.
- Con flash se hacen a 60.¹⁵

El ajuste de la exposición es el producto de la intensidad de la luz por el tiempo durante el cual actúa. Para conseguir una fotografía correcta es necesario combinar la abertura del diafragma con la velocidad de obturación.



Obturador

15. ABAURREA. Op. Cit., p. 56

- Tipos de Cámaras -

La clasificación de las cámaras puede hacerse atendiendo a varios criterios: su forma, el formato de la película, el sistema de visión, su uso, etc.

CÁMARAS SUBMINIATURA

Son las cámaras de serie más pequeñas que existen, están concebidas para uso científico y militar, se las conoce también como cámaras espía. Utilizan película de formatos especiales, por lo general rollos de 16 mm. de ancho.



CÁMARAS "POCKET" O 110

Estas cámaras están pensadas para aficionados y caben fácilmente en un bolsillo. Suelen estar equipadas con un objetivo de foco fijo de 25 mm. y todas llevan película en rollo de 16 mm.



CÁMARAS A.P.S. (*Advanced Photo System*)

Son específicas y más pequeñas que las de 35mm, el proceso de carga de película se ha simplificado al máximo y sobre ella se pueden sacar tres formatos de negativo (clásico, high definition y panorámico), en la actualidad no se utilizan.



CÁMARAS DE VISOR DIRECTO Y COMPACTAS DE 35 mm.

Tienen como ventaja un menor peso al carecer de pentaprisma y sobre todo poseen un disparo extremadamente silencioso el cual es ideal para conciertos y naturaleza. El formato de fotograma más corriente es de 24 x 36 mm.



SLR de 35 mm.

Son las cámaras más sofisticadas y versátiles que existen y poseen las siguientes características:

- Ópticas intercambiables: el objetivo standard puede ser cambiado por otros de distinta longitud focal. Algunas marcas cuentan con casi un centenar de objetivos desde 8 a 2000 mm.
- Visor pentaprisma, con enfoque, encuadre, y lectura del exposímetro a través del objetivo.
- Obturador Plano-focal con velocidades comprendidas entre los 30" y 1/8000 de segundo.



SLR DE MEDIO FORMATO

Son menos sofisticadas, carecen la mayoría de exposímetro, no llevan autofocus, ni telémetro, ni autodisparador, y sus obturadores pueden ser de tipo central o planos focales, pero raramente superan 1/1000 de segundo.



TLR (*Twin Lens Reflex*)

Son cámaras réflex con dos objetivos gemelos, pero van perdiendo día a día popularidad y actualmente se fabrican muy pocos modelos.



TÉCNICAS PORTÁTILES y TIPO "PRESS"

Utilizada únicamente por especialistas, acepta tanto película en rollo, como en hojas de varios formatos, básicamente están constituidas por un panel que monta un objetivo provisto de obturador central y diafragma, el panel está unido a un respaldo de madera por un fuelle plegable.



CÁMARAS DE ESTUDIO O DE BANCO

Se incluyen en este grupo todas las cámaras montadas sobre trípodes pesados, bancos ópticos y monorraíles, en general se caracterizan por la posibilidad de efectuar todo tipo de descentramientos, basculando los paneles delantero y trasero, lo que da un control total sobre la forma de la imagen, su perspectiva y el reparto de la profundidad de campo.



CÁMARAS PARA FOTOGRAFÍA INSTANTÁNEA

Las cámaras actuales son de dos tipos: en unas, tras hacer la foto se tira de una lengüeta y se saca una copia que, tras esperar unos segundos, se separa en dos capas: un negativo y un positivo. En el otro sistema no hay que tirar de nada y la foto sale sola y se autorevela.



CÁMARAS ESPECIALES

En este grupo se incluyen todas las cámaras que no se han podido clasificar dentro de los anteriores apartados y que por lo general sólo se usan para funciones específicas.

Las más importantes son:

CÁMARAS AÉREAS: Todas las que tienen funcionamiento óptico, producen series de imágenes solapadas en un 30% y utilizan película en rollo de 24 cm. de anchura.



CÁMARAS ESTEREOSCÓPICAS: Son las que realizan simultáneamente 2 fotografías desde dos puntos separados 63 mm., que es la distancia normal de separación entre las dos pupilas.



CÁMARAS PANORÁMICAS: Se caracterizan por proporcionar fotografías con un amplio campo de visión, incluso 360°, superior por tanto al de los ojos de pez y además sin deformaciones. Con estas cámaras se suelen hacer las postales alargadas de montañas.



CÁMARAS SUBMARINAS: Son de paso universal y presentan además conexiones, permiten usarlas dentro y fuera del agua y, en este último caso, sumergirse hasta profundidades del orden de los 80 metros.



- Accesorios -

Las cámaras se complementan con una serie de accesorios que son:

- **Objetivos:** Está compuesto por un juego de lentes que se acercan o se alejan para formar una imagen, la función del objetivo es concentrar la luz en la película para formar la imagen. Al hablar de objetivos conviene aclarar los siguientes términos:

- **Distancia focal:** es la distancia comprendida entre el centro de la lente y el punto focal.
- **Punto focal:** es el punto del eje óptico, situado en el plano focal, donde se reúnen los rayos de luz cuando el objetivo está enfocado al infinito.
- **Ángulo de visión:** es la cantidad de escena que se abarca con un objetivo.

- **Multiplicadores de focal:** Son lentes que se acoplan entre el cuerpo de la cámara y el objetivo para modificar su distancia focal.

Las lentes de aproximación son simples lentes positivos colocados delante del objetivo para acortar su distancia focal, se pueden colocar en cualquier tipo de cámara y no disminuyen la luminosidad de la imagen, el mayor inconveniente es que introducen aberraciones ópticas y no alcanzan grandes aumentos.

Existen lentes acromáticas de alta calidad, formadas por la combinación de dos o más lentes, pero son muy caras y difíciles de encontrar.

Los tubos y los fuelles de extensión funcionan ambos separando el objetivo de la cámara para acortar la distancia mínima de enfoque. Los primeros suelen venderse en grupos de tres para variar el grado de ampliación de la imagen combinándolos.

Tanto en fuelles como en anillos de extensión, el objetivo suele usarse graduado al infinito y el enfoque se efectúa únicamente acercándose o separándose del sujeto.

Los fuelles de extensión, debido a su construcción, la conexión cuerpo objetivo se pierde y por tanto también los automatismos, por tanto el enfoque debe de hacerse a diafragma abierto para terminar cerrándolo a mano antes del disparo.

Muchos fuelles tienen en su panel más distal, una conexión para cable estándar de forma que si usamos un cable doble de disparo, podamos cerrar el diafragma sin tocar el objetivo.

La mayor ventaja de los fuelles es la de poder graduar continuamente y con escalas el grado de ampliación de la imagen, además, con ellos se consiguen los mayores aumentos e incluso pueden acoplarse suplementos de fuelle para aumentar aún más el tiraje.¹⁶ (Hedgecoe, p.45)

- **Parasol:** Este accesorio evita la entrada de luces parásitas a través del objetivo, lo que influye enormemente sobre el contraste y el velo general de la imagen.

Trípodes: Su uso hace imprescindible tanto en niveles bajos de iluminación, como con el uso de teleobjetivos y en tomas con diafragmas muy cerrados, tal como ocurre en “*Macrofotografía*”.

- **Anillos de inversión:** En fotografía de aproximación (Macrofotografía), a partir de la escala 1:1, se consigue una mayor calidad de imagen si el objetivo se monta al revés. Para ello, existen unos anillos que poseen en una cara una rosca para acoplarla al objetivo como si fuese un filtro y por el otro, una montura igual que la del objetivo. Al montar el objetivo invertido se pierden los automatismos del diafragma.

- **Motores y pasapelículas:** La utilidad de un motor de la cámara no solamente permite hacer disparos rápidos en la fotografía, sino para que se convierta en un instrumento más flexible.

- **Disparadores manuales:** Son cables de disparo, tienen un sistema de bloqueo que permite mantener oprimido el botón para las exposiciones con tiempo.

- **Visores y pantallas:** Estos accesorios definen los modelos de cámaras auténticamente profesionales, pues optimizan su empleo en la mayor parte de las técnicas de fotografía aplicada.

Existen visores de aumento con una amplia copa de caucho, muy útiles para Macrofotografía y enfoque de precisión.

El visor de capuchón es similar al de las cámaras de formato medio y permite usar la cámara a nivel de cintura o encuadrar con los brazos en alto, se utiliza también mucho en reproducciones.

El visor de acción proporciona una imagen observable separando el ojo varios centímetros del ocular, lo que resulta muy útil para no perder detalle del entorno en que trabajamos; se utiliza sobre todo en deportes colectivos.

16. HEDGECOE, John. (1988) *Curso de Fotografía Básica*, Barcelona. Ed. Blume, p. 45



El visor de ángulo recto es un accesorio que se acopla en el visor y facilita el enfoque cuando la posición de la cámara impide acercar el ojo, como en fotografía a nivel del suelo, Macrofotografía, reproducciones, modelismo, etc.

Existen cerca de una docena de modelos: cuadrículadas para arquitectura y composición, con escalas para microfotografía, mates para grandes teleobjetivos, y diversas combinaciones de microprismas, cuñas de campo partido y lentes Fresnel.

- Disparadores de cable: Este es uno de los accesorios más importantes para fotografía nocturna, macrofotografía o en aquellas ocasiones en que se emplee la cámara sobre un trípode, ya que evita la vibración producida al apretar el disparador.

Los mejores modelos son los provistos de tornillo de retención por su comodidad cuando se realizan largas exposiciones.

Existen modelos dobles, como el de la imagen, que permiten activar el obturador y cerrar el diafragma, cuando el objetivo pierde la conexión con el cuerpo de la cámara, tal como ocurre con los fuelles y algunos modelos de anillos de extensión.

Para tiempos no muy largos, en vez del cable, puede usarse el autodisparador de la cámara.

- Intervalos: Son aparatos usados en fotografía científica y de naturaleza que se conectan al botón de disparo. Permiten programar series de tomas a intervalos muy largos sin tener que estar presentes.

Puede fijarse el número total de disparos, el intervalo entre éstos y la duración de los mismos, además de poderse imprimir diversos datos de control sobre la película. Para utilizar los intervalómetros es imprescindible que la cámara cuente con un motor.

- Disparadores de distancia: En ciertas ocasiones es necesario disparar la cámara sin poderse acercar posteriormente a ella. En estos casos se recurre a una amplia gama de disparadores a distancia:

- *Distancias entre dos y 10 metros*, existen disparadores neumáticos de pera. Entre estos últimos modelos, son muy corrientes en estudio los que se activan con el pie.

- *Distancias inferiores a 20 metros* lo mejor son los eléctricos de cable, los de rayos infrarrojos o incluso los de ultrasonidos.

- *Distancias superiores a los 20 metros* resulta imprescindible un equipo de disparo con control remoto por radio. A estos modelos pueden acoplarse dos o más cámaras y su alcance normal ronda los 800-1.000 metros.

- Respaldo: Sustituyen a la tapa trasera de la cámara y permiten realizar una o varias funciones. Los más sencillos son los fechadores que imprimen sobre el fotograma, o entre dos fotogramas la fecha, un número, etc.

- Empuñaduras: La mayor parte son plataformas atornillables a la rosca para el trípode; en su extremo tienen un asidero muy confortable sobre todo cuando la cámara va unida a un flash potente, o lleva accesorios que aumentan su peso.

- Equipo Limpiaobjetivos: Los vidrios ópticos son mucho más blandos y difíciles de limpiar, por lo que resulta aconsejable contar con pinces, peras, gamuzas, papeles o líquidos

- Bolsa opaca: Se utiliza como un cuarto oscuro portátil, es una bolsa de paño negro a prueba de luz, para los casos en que se atasque la película en la cámara o si hay que cargar una película extremadamente sensible a la luz.

- Bolsa a prueba de rayos X: Es una bolsa forrada de plomo, se usa para asegurar que las máquinas de rayos X de los aeropuertos no velen las películas.



Aparato de Intervalo.

2.3.2 La luz

Como sabemos la fotografía se hace a partir de luz, ya que refleja el motivo impreso sobre la emulsión de la película, para lograr una imagen, por lo que si hay ausencia de luz, no podemos captar una imagen con la cámara.

Rossi (2004) cita a Miranda que define el concepto luz: “*como una onda electromagnética compuesta por fotones (partículas energizadas), cuya frecuencia y energía determinan la longitud de onda de un color que puede ser percibido por el ojo humano. El concepto es estudiado por la física, específicamente una ciencia a la que llaman óptica, que aborda el comportamiento, características y manifestaciones de la luz*”.¹⁷

Podemos decir que la luz es toda radiación electromagnética capaz de ser percibida por nuestro sentido de la vista. El intervalo de frecuencias de las radiaciones que componen la luz solamente está delimitado por la capacidad del órgano de la visión.

El principal proveedor de luz en la fotografía es el Sol, el interés de una fotografía está estrechamente ligado al tipo de iluminación, o si lo preferimos, al tipo de luz que recibe la escena, que cobrará mayor importancia que el propio motivo a retratar. Es decir, la luz es en realidad la protagonista de nuestras fotografías.

La luz se divide en dos tipos:

- Luz natural: la emitida por el sol (nuestro principal proveedor).
- Luz artificial: la que procede de fuentes de luz creadas por el hombre.

Hay una serie de cualidades de la luz que, en la fotografía cobran suma importancia, como sería la calidez, frialdad, suavidad y dureza.

- Luz cálida: cuando predominan los colores anaranjados (como sería la luz del atardecer...).
- Luz fría: cuando el tono predominante es el azulado (propio de los días “grises”...).
- Luz suave: cuando no hay sombras o éstas son muy suaves (la luz de las primeras y últimas horas del día, los días nublados...)
- Luz dura: cuando las sombras son intensas y profundas (la luz del mediodía en una jornada soleada...)

Con todo lo anterior se puede ver que la luz resulta fundamental en la fotografía ya que sin ésta no es posible plasmar una fotografía. Aparte de ser un factor físico imprescindible en el proceso fotográfico.

Langford, M. (1991. Pag. 45) explica que la luz posee una función plástica de expresión y modelado que confiere un significado y un carácter tal, que muchas veces ella sola determina la calidad de una fotografía, aunque esto depende del gusto propio del fotógrafo y la técnica que él mismo emplee.¹⁸



Efectos de Luces blanca en una calle oscura. Gorca Garay (2006)

17. ROSSI, Emmanuela. (2004) *Curso básico de fotografía*. Barcelona.

Ed. De Vecchi, p. 60

18. LANGFORD, Michael. (2006) *Manual de Fotografía de Langford*, 4ta edición, Barcelona Ed. Omega, p. 45



2.3.3 El Color

Hay que tener en cuenta, que el color está relacionado con la luz y la forma en que esta se refleja, podemos diferenciar por éstos dos tipos de color:

- El color luz:

Los bastones y conos del órgano de la vista, el ojo, se encuentran organizados en tres elementos sensibles, cada uno de éstos va destinado a los colores primarios, azul, rojo y verde; los demás colores complementarios, los opuestos a los primarios, son el magenta, el cyan y el amarillo.

- El color pigmento:

Por otro lado, cuando utilizamos los colores, normalmente estamos utilizando colores, pinturas, etc.; este fenómeno que definimos como color pigmento, no es color luz, son los pigmentos que inyectamos en las superficies para sustraer la luz blanca, parte del componente de espectro. Todas las moléculas denominadas pigmentos, tienen la facultad de absorber ondas del espectro y reflejar otras.

Lovell en su libro dice: *“Un factor importante a la hora de escoger la película es la temperatura color, porque cada fuente de luz posee una temperatura color propio, la cual es percibida por las películas fotográficas. El color de un objeto depende de su constitución físico-química, Del acabado de su superficie, de la intensidad y longitud de onda de la luz que lo ilumina”*.¹⁹

- Temperatura de color -

Se define comparando su color dentro del espectro luminoso con el de la luz que emitiría un cuerpo negro calentado a una temperatura determinada, se mide en Grados Kelvin (°K), en fotografía la escala Kelvin describe la intensidad relativa de la luz roja a la azul.

El efecto cromático que emite la luz a través de la fuente luminosa depende de su temperatura, si es baja, se intensifica la cantidad de amarillo y rojo contenida en la luz, pero si la temperatura de color se mantiene alta habrá mayor número de radiaciones azules.

Se usa en muchas ramas de la industria y la técnica, concretamente en fotografía, porque es donde su efecto produce colores dominantes que pueden afectar a la calidad de la imagen. La temperatura de color de la luz puede variar durante el día según el momento en que nos encontremos y las condiciones atmosféricas, por lo general suele ser de color rosa por la mañana, amarillenta a primera hora de la tarde, anaranjada en la puesta de sol, y azulada al caer la noche.

2.3.4 Iluminación

La iluminación es importante en la fotografía, ya que sin la luz no se podría visualizar a los objetos, su función consiste en dirigir y rebotar luz hacia un objeto con la intención de que ésta pueda ser registrada por una película o un sensor electrónico CCD o CMOS, aparte de ser un factor físico imprescindible en el proceso fotográfico, la luz posee una función plástica de expresión y modelado que le confiere un significado y un carácter tal, que muchas veces ella sola determina la calidad de una fotografía.

“El ojo humano es un receptor (recibe) y un selector (selecciona), porque absorbe sólo algunas ondas luminosas, no todas. El ojo solo percibe una pequeña porción de este espectro electromagnético que va de los 400 a 700 nanómetros”.²⁰ (LOVELL, 1998)

Los principales factores que definen la iluminación son:

- El Origen:

Natural o Artificial, se considera natural aquella que proviene del sol, la luna y las estrellas. La luz artificial puede ser continua (bombillas) o discontinua (flash).

- Número de las fuentes luminosas:

Es la que influye en el contraste y modelado de la imagen.

- La dirección de la luz:

Respecto a la cámara y al objetivo.

- Difusión:

Se refiere a la forma de emanar y llegar al objeto, de forma directa, difusa, etc. Ésta es la que determina la dureza o suavidad de la imagen.

- Duración:

Ya sea de forma (continua o instantánea) e intensidad.

- Intensidad:

De la forma que intensifica en colores y objetos.

Color:

Definido por la longitud de onda de la luz y por el color del objeto.

19. LOVELL, Ronald P. (1998) *Fotografía. Manual Completo*, Madrid, Ed. Celeste, p. 67

20. Ibid

La iluminación, dependiendo de su dirección puede clasificarse de las siguientes formas:

- Frontal:

Es la iluminación más fácil de usar, pero no efectiva porque elimina el volumen, aporta mayor brillantez a los colores, abarca totalmente el lado del sujeto, al mismo tiempo que proyecta las sombras detrás de él.

- Lateral:

Resalta el volumen y la profundidad de los objetos, destaca la textura, da mucha fuerza a la fotografía, pero las sombras pueden ocultar ciertos detalles, ilumina un costado del objeto aportando mayor dimensión, puede ser de 45° o 90°.

- Semi-lateral:

Es cuando la luz llega al objeto fotografiado en forma diagonal, a medio camino entre la posición frontal y la lateral, es decir aproximado a los 45° con relación a la línea recta imaginaria que se forma entre la cámara y el objeto retratado. Por lo general es la más recomendada, debido a sus sombras en posición oblicua, destaca tanto la perspectiva como la textura.

- Contraluz:

Si se sabe aprovechar es excelente, ilumina toda la parte posterior del sujeto, proyecta sombras hacia la cámara que dan mayor profundidad a la escena, delinea al sujeto con un halo de luz que lo hace resplandor y se pierde absoluto detalle del sujeto.

- Cenital:

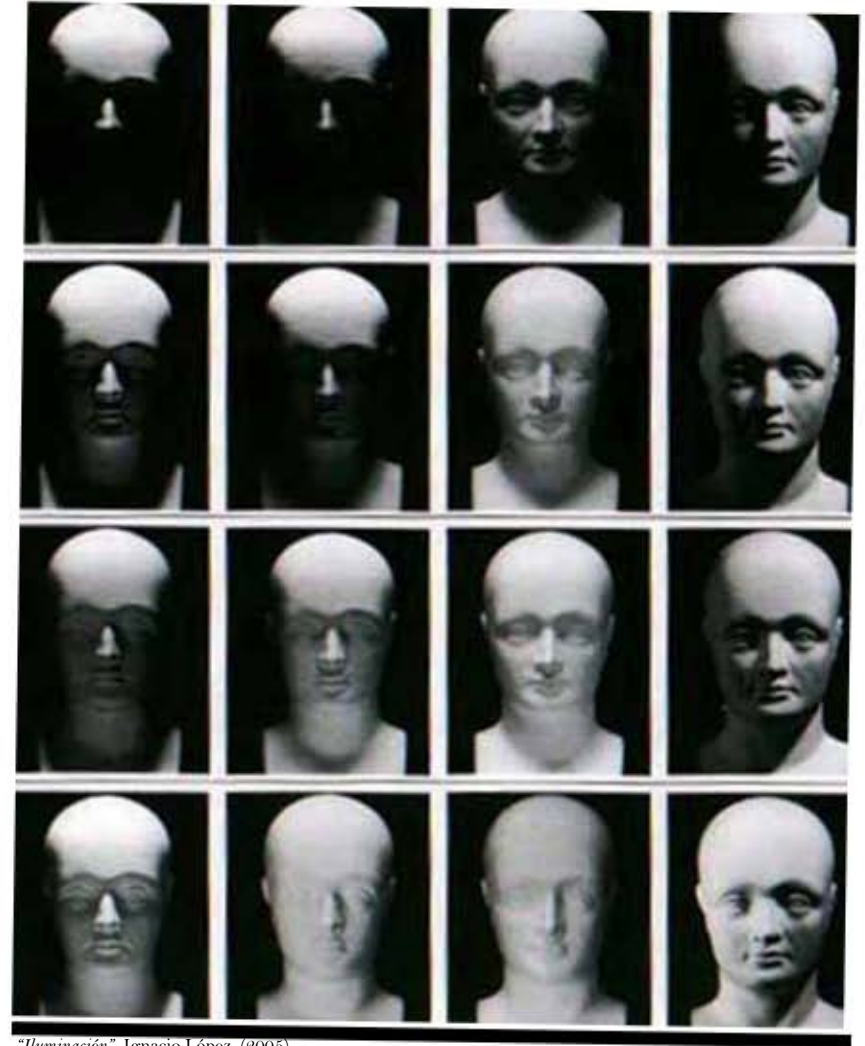
Esta fuente de iluminación hace que las partes inferiores de un objeto permanezcan en sombra, pero por otro lado, ilumina los detalles más sobresalientes.

- Contrapicado:

Es cuando la luz proviene de abajo hacia arriba, en posición parcialmente contraria a la cenital, los retratos tomados con esta iluminación producen un efecto inquietante al invertir la posición normal de las sombras en el rostro y es utilizada principalmente en la películas de suspenso y misterio.

- Por todas partes:

Luz suave y uniforme en todo el individuo, no se producen sombras y mejora mucho el aspecto de las personas, produce colores muy sutiles, hay escaso volumen y demasiada saturación.



"Iluminación" Ignacio López. (2005)

2.3.5 Flash: componentes y tipos

Cuando la luz natural es demasiado débil para poder efectuar una exposición fotográfica, se hace uso del flash, normalmente también se utiliza para situaciones en las que la luz es escasa.

Sirve para tomas de buenos primeros planos y retratos en exteriores. El flash emite destellos de luz muy breves que bloquean el movimiento, tanto del motivo como de la cámara, la luz emitida por el flash no se puede medir con el exposímetro normal de la cámara por eso es imprescindible tomar como referencia el número guía que permite calcular el diafragma en relación a la distancia del motivo.

Componentes

Todo flash se compone básicamente de los siguientes elementos:

- Generador:

Es el conjunto de circuitos electrónicos que alimentan a la antorcha.

- Condensador:

Tiene la capacidad de guardar energía eléctrica para soltarla instantáneamente, cuando se produce el disparo, cuando esto sucede, el condensador es capaz de descargar toda su energía en una fracción de segundo, ésta va a la bombilla y se convierte en luz sin ningún retardo, consiguiéndose un rápido destello.

- Antorcha:

Es el tubo de destello con una descarga gaseosa (a base de gas Xenón), este destello se caracteriza porque tiene una temperatura de color de 5600° K, es decir, luz blanca, produce una luz dura direccional y tiene un alto rendimiento energético, produciendo poco calor

- Tipos de Flash -

- Manual

Es considerado uno de los más simples, descarga toda su potencia y hay que ajustar el diafragma dependiendo de la distancia a la que está situado el motivo, la potencia del destello no se puede controlar. No resulta complicado de usar, pero antes, hay que hacer todos los ajustes a mano, en primer lugar la sensibilidad de la película en la unidad de flash y después la distancia a la que se encuentra el individuo de la cámara.

- Rebotado

El flash directo desde la cámara no favorece los retratos, porque la luz plana y frontal que ilumina el objeto o plano elimina las sombras, la cabeza de flash se inclina hacia arriba 60° o más, haciendo que la luz rebote en el techo.

También llega a proyectar sombras duras sobre cualquier superficie que haga fondo, estos dos problemas se resuelven rebotando la luz hacia el techo o en una pared, usando un flash con un cabezal que se pueda girar o inclinar para usar el techo o las paredes como superficie de reflexión.

- A distancia

El *speedlight* se separa de la cámara y se sitúa en la parte izquierda de la escena, utilizando un cable de control remoto TTL, por lo que el resultado sea que la escena este iluminada de forma lateral, destacando acertadamente los claros y sombras de la cara de una modelo, si fuere el caso, mientras que con la luz directa, la exposición es plana y carente de interés.

- Remoto

En esta escena, se utilizan tres unidades de flash conectadas a la cámara mediante cables de control remoto TTL, para llegar a disparar el flash separado de la cámara necesitaremos un cable que mantenga conexión entre ambos elementos, algunas cámaras réflex clásicas tienen una terminal de conexión que acepta cables de sincronización para flashes no TTL, sólo hay que calcular la distancia entre el flash, la superficie de reflexión y el sujeto.

El resultado, toda la escena se ilumina de forma natural, a la vez que se destaca el contorno del sujeto principal.



Flash Rebotado

El speedlight se separa de la cámara y se sitúa en la parte izquierda de la escena, utilizando un cable de control remoto TTL. Se resume llegando al resultado que la escena, queda iluminada de forma lateral destacando acertadamente, los claros y sombras de la cara de una modelo si fuere el caso, mientras que con la luz directa, la exposición es plana y carente de interés.

2.3.6 Objetivos y lentes

El objetivo es un tubo que contiene un conjunto de lentes convergentes y divergentes que forman parte de la óptica de una cámara tanto fotográfica, que pueden ser de cristal o de plástico y pueden ser fijos e intercambiables, su función es recibir los haces de luz procedentes del objeto y modificar su dirección hasta crear la imagen óptica, réplica luminosa del objeto.

Michael Langford comenta que lo normal es clasificar los objetivos por su longitud focal, porque es la característica que determina, más que ninguna otra, el tipo de imagen que producen.²¹

Existen, dos tipos de objetivos: los de focal fija (una única distancia focal) y los de focal variable, más conocidos como objetivos zoom.

Un objetivo puede ser muy sencillo y contener sólo una lente., o puede ser más complejo y tener un gran número de lentes en diversos grupos.

Las cámaras reflex utilizan objetivos muy voluminosos y muy pesados, en las cámaras digitales el objetivo y los lentes son más pequeños, estos últimos están destinados para transmitir la imagen real de un objeto al plano focal, su sistema óptico de las lentes se encuentra en una posición, forma y dimensión determinadas.



Objetivos

Los objetivos se clasifican en función de su ángulo de campo:

-Normales-

Son todos aquellos que van desde los 50 a 55 milímetros y alcanzan un ángulo de visión de unos 45°. Se caracterizan por la poca distorsión y la naturalidad que ofrecen en la perspectiva, excepto en la toma fotográfica realizada desde muy cerca, estos objetivos a su vez son muy luminosos, la imagen una vez se encuentra impresa en la película, se acerca mucho a la real.

Normalmente estos objetivos son los que llevan incorporados nuestras cámaras tradicionales, son muy aconsejables para captar aquellos momentos maravillosos, su óptica libre de distorsiones permite dar al tratamiento un fiel y directo, sin exigir un gran control gráfico.



B. Weslén. (2004)

21. LANGFORD. Op. Cit., p. 115



-Teleobjetivos-

Esta clase de objetivos alcanzan una distancia focal superior a los 60 milímetros, por este motivo reciben el nombre de teleobjetivos, pueden ser de hasta 2000 milímetros, y acercar un motivo por muy lejano que éste se encuentre, tienen un mayor alcance, podemos acercarnos al motivo para el encuadre, su ángulo de visión es más estrecho, sólo podemos encuadrar una pequeña parte de la toma real que estamos viendo, el teleobjetivo elimina los demás elementos sobrantes que se encuentran alrededor del centro de interés. Su profundidad del campo es muy reducida.

Nos da la impresión de que los elementos se encuentran más cerca unos de los otros de lo que percibimos con los ojos, son muy adecuados para realizar fotografías para deportes y otras competiciones.



Josep Altarriba. (2007)



Marie Illiescu. (2005)

- Gran angulares-

Son ideales para fotografiar un área muy extensa de un paisaje o cualquier plano de grandes extensiones que se encuentre delante del objetivo.

El ángulo de visión que alcanzan es superior al de los 45°, ofrecen una mayor profundidad del campo, en ocasiones, pueden crear una ilusión óptica llegando a distorsionar el tamaño real y verdadero de los objetos, haciendo ver que éstos se encuentran mucho más lejos de lo que lo están. La visualización de los objetos más cercanos al objetivo se aprecian exageradamente más grandes y los más distantes, parecen trasladados o empujados hacia atrás y más pequeños de como lo son realmente.

- Objetivo zoom-

Se distinguen de los demás porque tienen diversas distancias focales y son imprescindibles para captar la ligereza y rapidez, es uno de los más utilizados para los profesionales fuera del estudio.

Los objetivos zoom, se enumeran como:

- Teleobjetivos zoom
- Grandes angulares zoom o macros zoom.

Suelen ser más grandes y pesados, pero a su vez pueden llegar a sustituir a varios de los objetivos de distancia focal fija, la mayoría de estos zooms, en este caso los compactos, carecen de luminosidad, su abertura comprende del $f/4.5$ al $f/5.6$, los objetivos fijos son más luminosos ya que alcanzan una abertura de hasta $f/2$.



Michael Zalcharzewki. (2009)



Jeff Jones. (2009)



- Objetivo ojo de pez

Algunos distorsionan la perspectiva de las líneas de una imagen, haciendo que se curven hacia fuera, los de 35 mm tienen una focal de 6 y 16 mm, unos proporcionan una imagen rectangular que cubre el negativo, mientras que otros sólo proyectan un círculo central en el centro de la película, realizando una cobertura completa de 180° sobre una imagen.

2.3.7 Filtros

Son lentes de cristal con los que se pueden conseguir diferentes efectos finales sobre la fotografía, van montados en la parte frontal del objetivo por medio de una rosca llamada “rosca portafiltros”.

Los filtros, equilibran situaciones cromáticas, retienen el espectro luminoso y permiten el paso sólo de la luz de su mismo color. La absorción de la luz, en relación a la densidad del filtro se compensa con el aumento de la exposición.

Podemos clasificarlos:

- De contraste para Blanco y Negro
- De corrección color
- Polarizador
- De efectos especiales
- Lentes de acercamiento

Los colores complementarios se encuentran en posiciones opuestas en el círculo cromático, si utilizamos los filtros de contraste y corrección ayudan con la precisión de color que requiere un fotógrafo profesional.

Si utilizamos los de efectos especiales en forma moderada, aumentan las posibilidades de control sobre la imagen y permiten obtener fotos imposibles de lograr de otra forma.



Entre los filtros fotográficos se conocen:

- Filtros para blanco y negro

Los filtros para blanco y negro corrigen y modifican los tonos que caracteriza la fotografía en blanco y negro.

- Filtro amarillo

Los filtros amarillos absorben tanto la luz azul como la ultravioleta, con lo cual los cielos de las fotos en blanco y negro aparecen más oscuros, atenúa las pecas y aclara la piel en los retratos. Este filtro es recomendable para paisajes o fotografías a grandes distancias ya que también aclara la neblina.

- Filtro naranja

Este filtro elimina la luz azul y la ultravioleta. Se consigue un alto nivel de contraste entre el cielo y los demás elementos que componen la imagen, se utiliza para oscurecer el follaje y las partes verdes de las flores, atraviesa la neblina y hace más nítidas las fotografías.

- Filtro rojo

Aclara los objetos de colores rojos y oscurece los que tienen colores complementarios, proporciona un fuerte contraste con las flores de tonos más claros en especial las rojas.

Atraviesa también las capas ligeras de la niebla consiguiendo así una fotografía más nítida, también aplanar la imagen y disminuir la perspectiva.

- Filtro verde

Los filtros verdes eliminan el rojo y el azul, dejan pasar el verde y el amarillo. Diferencian las diversas tonalidades del verde, es adecuado en verano para equilibrar las transiciones tonales entre prados, árboles y hojas. Se utiliza para retratos porque equilibra la tonalidad rojiza de los focos para la fotografía y da a la piel tonalidades más naturales.

-Filtros de conversión

Los más utilizados son el de color azul, corrige la dominante amarilla y eliminan el rojo, moderando así la coloración.

El otro más utilizado es el naranja, se usan en las películas con luz artificial, cuando se utiliza flash. El nivel de ambos filtros varía de 1 a 2 diafragmas.

-Filtro ámbar

Este filtro elimina los azules, corrige la coloración azulada que en ocasiones afecta a la luz de día.



-Filtro polarizador

Es ideal para eliminar los reflejos que se forman sobre las superficies brillantes.

Resulta un filtro adecuado para la realización y corrección de las siguientes tomas fotográficas:

- Para realizar un retrato a una persona que lleva gafas.
- Fotografiar escaparates.
- Fotografiar la superficie del agua
- Para oscurecer el cielo en las fotografías de color sin afectar el equilibrio cromático.

- Filtro ultravioleta

Aunque imperceptible a simple vista, la luz ultravioleta puede reducir el contraste y el detalle, la intensidad de las radiaciones ultravioletas es mayor en verano porque en esta estación los rayos del sol golpean la tierra verticalmente intensificando el espectro solar.

-Filtro Neutro

No realizan ninguna absorción selectiva de colores, no ejercen ningún efecto sobre el equilibrio cromático, sino que reducen la cantidad de luz que entra en la cámara.

Se utilizan para controlar la profundidad de campo, porque permite una abertura mayor sin cambiar la velocidad de obturación, además evitan la sobreexposición cuando las condiciones de iluminación son excesivamente intensas y exceden a la gama de combinaciones de abertura/velocidad.

Filtro degradado

Son filtros coloreados solamente por la mitad de su superficie, mientras que la otra mitad es incolora, permiten realizar efectos muy creativos en combinación con otros filtros.

-Filtro multiprisma

Las lentes prismáticas multiplican la imagen en relación con el número de facetas que la componen.

-Filtro estrellado

El filtro estrellado convierte los puntos de luz intensa en puntos brillantes estrellados, creando efectos atractivos en panorámicas nocturnas.

-Filtro difusor

Este filtro se utiliza sobre todo para difuminar la imagen, porque anula los efectos de la elevada nitidez de los objetivos, en fotografías de retratos y desnudos elimina los efectos de la piel les proporciona una atmósfera muy romántica.

-Filtro split-field

Este filtro es mitad lente de aproximación y mitad sin vidrio, y se utiliza para hacer una foto de un objeto enfocado a unos 20 cm o menos sin nada en la parte superior. De esta forma podemos obtener una perfecta profundidad de campo.



Filtro Ámbar



Filtro Ultravioleta

2.3.8 La película fotográfica

Es una cinta plástica de acetato de celulosa sobre la que se extiende una emulsión de gelatina que contiene una sustancia sensible a la luz, como las sales de plata. Las más modernas capas fotosensibles son con un tamaño variable del cristal que afecta a la sensibilidad de la película, cuando esta emulsión es sometida a una exposición controlada de luz u otro tipo de rayos la imagen queda grabada en la película.

Para que se pueda llegar a medir la sensibilidad a la luz de una película, se estableció una escala denominada ISO (*International Organization for Standardization*), a ésta se la denominaba ASA (*American Standard Association*); nos informa del porcentaje de sensibilidad que tiene cada película a la luz.

El formato de una película depende del tipo de cámara que se utilice, si la calidad de la imágenes elevada, quiere decir que se ha utilizado un fotograma mayor. Los formatos de películas que se ofrecen son:

- Película de 35 mm.

Es uno de los formatos standards del mercado que más se utiliza, la medida de las imágenes que produce es de 24x36 mm.

- Película de 110.

Genera fotogramas muy pequeños y de baja calidad.

- Película de 120 a 220.

Es la que utilizan las cámaras de medio formato, se obtienen imágenes de 4,5x6, 6x6, 6x7 6x9 cm.

Existen diferentes tipos de películas de las que destacamos:

- Película en color

Se encuentra formada por tres capas de emulsión, siendo cada una de ellas sensible a cada color y se obtiene una imagen con los colores complementarios de los originales.

- Película en blanco y negro (que a su vez puede ser ortocromática o pancromática)

Se obtiene una imagen en tonos grises inversa de la original, esto es, las luces del motivo son grises oscuros o negros y las sombras del motivo son grises claros o blancos en el negativo. La película ortocromática es sensible a todo el espectro, salvo el color rojo. La pancromática es sensible a todos los colores del espectro visible en el siguiente orden: azul, verde y rojo.

- Diapositiva infrarroja

Con ésta se logran alteraciones cromáticas para crear efectos artificiales, un campo verde se convierte en blanco. Si además se combinan filtros coloreados con la película IR de color, se obtienen otros efectos más sorprendentes.

Originalmente es diseñada con fines militares, tiene variadas aplicaciones en fotografía científica.

- Diapositiva en color

Se ve la imagen con los mismos colores que los del motivo original.

- Película lith o película de línea

Es una película negativa de muy alto contraste, pues sólo reproduce blancos y negros, tiene interés en la reproducción de documentos y en la elaboración de diapositivas con esquemas o gráficos, además de su aplicación en fotografía creativa.



2.4 Conocimientos básicos de la fotografía digital

2.4.1 Cámaras digitales

La historia de la fotografía digital no es tan corta como parece, este avance se dio en la última década del siglo XX y la primera cámara digital fue desarrollada por Kodak en 12 Diciembre de 1975.

La fotografía digital demuestra que el CCD (Charge Coupled Device), jugó un rol esencial en el desarrollo de la cámara digital. Esta tecnología es usada hoy en día en la transmisión, y aplicaciones de video que van desde el monitoreo de seguridad hasta la televisión de alta definición.

Karbo dice: *“la fotografía digital es la técnica fotográfica que permite captar y almacenar imágenes en un soporte digital y tratarlas y visualizarlas mediante procedimientos informáticos”*.²²

Por ello, cada día tiene más aceptación en diversas áreas, no sólo profesionales y científicas, sino también hogareñas, debido al gran avance de la electrónica y las telecomunicaciones que abre un panorama de posibilidades.

Las cámaras digitales son dispositivos electrónicos que usan sensores de imagen en vez de película para captar la luz, y almacenar las fotografías. Hacen esto gracias al efecto fotoeléctrico en el cual algunos metales liberan electrones cuando se les expone a la luz.

Son compactas modernas y multifuncionales que contienen dispositivos capaces de grabar sonidos y/o videos además de fotografías. Se puede fotografiar una imagen y crear de inmediato un documento en formatos para ser guardado en la computadora.

Utilizan como plano de enfoque un sensor CCD, es un chip sensible a la luz, electrónico y con una superficie fotosensible que reacciona a la luz. Este chip es como el ojo de la cámara digital y uno de los elementos más importantes.

Tiene una serie de características en sus dispositivos de funcionamiento, que la hacen incomparable con la fotografía tradicional.

2.4.2 Sensores de captura de imagen

Es el elemento que captura los rayos lumínicos y los transforma en impulsos eléctricos, para poder formar la imagen digital, es lo que reemplaza la película en las cámaras de fotografía y de video digitales.

Alberga millones y millones de células fotosensibles ordenadas por cuadraditos o casillas, cada punto de la imagen se forma dependiendo de la cantidad de luz que recibe la célula.

Existen tres tipos básicos de sensores:

- Sensor CCD Charge-Coupled Device (*Dispositivo de Cargas [eléctricas] interconectadas*)

Inventados por Willard Boyle y George Smith, el 17 de octubre de 1969, en los Laboratorios Bell, es un dispositivo de carga acoplada, este es uno de los más comunes y utilizados en la imagen digital, proporciona buena calidad de imagen, pero por otro lado, su fabricación es muy compleja y costosa, por lo que lo fabrican pocas empresas.

- Sensor CMOS Complementary Metal Oxide Semiconductor (*Metal Óxido Semiconductor Complementario*)

Fue desarrollada por Wanlass y Sah, de Fairchild Semiconductor, a principios de los años 60, puede integrar muchas funciones y procesos, tales como comprimir fotografías, cambio de datos analógicos a digitales, mientras que en el CCD.

- Nuevo sensor Foveon X3

Fue creado por la prestigiosa firma Foveon, dedicada a la fotografía digital, este sensor simula las capas de la emulsión química usadas en la película fotográfica tradicional de colores, los pixeles llegan a captar los colores a través de los fotodetectores que se encuentran incorporados en cada pixel, cada uno tiene una profundidad del color diferente y absorbe la luz dependiendo de su longitud de onda.

De esta forma, cada píxel del sensor utilizará un **fotodector** (*Es un componente hecho de un material fotosensible como por ejemplo el sensor en una cámara digital.*) para captar la luz azul, otro de diferente profundidad, captará la luz verde y otro la luz roja. Las tres capas con los colores RGB, azul, verde y rojo, de cuales está compuesto el sensor; este proceso hace que al fusionarse en las diferentes profundidades dentro del chip, formen la imagen final.

22. KARBO, Michael. (2003) *Fotografía Digital: de la A a la Z*. Ed. Ecuellas: KnowWare E.U.R.L. p. 21

2.4.3 Monitor LDC

Las cámaras digitales están provistas de un pequeño monitor LCD o pantalla de cristal líquido que se encuentra en la parte trasera de la cámara, esta clase de monitor ofrece muchas funciones, tiene un diámetro de unos 3 a 4 centímetros y muestra unos 120.000 píxeles aproximadamente, todo lo que se observa en el monitor es una maqueta de la imagen que fotografiamos.

Sirve para:

- Observar el plano y seleccionar al individuo que queremos fotografiar.
- Para poder visualizar la imagen una vez que hayamos hecho la toma fotográfica.
- Para escoger o suprimir la toma fotográfica que más nos guste, antes de ponerla en la computadora para editarla o llevarla a impresión.

La principal tarea del monitor es la de sustituir el famoso visor óptico, del que constan las cámaras tradicionales y también las digitales.



Cámara digital sistema reflex, 14.2 megapíxeles.
Pantalla LCD 6.35 cm de ángulo reflectivo.

2.4.4 Tarjetas de Memoria

Son dispositivos encargados de albergar información de forma temporal, hasta que sea transferida a algún soporte.

El sistema de almacenamiento de las cámaras digitales es:

- Tarjetas de memoria flash.
- Discos rígidos pequeños o disquetes pequeños (*floppy disc*).

Ambos dispositivos presentan en común:

- Se pueden borrar y reutilizar.
- Se pueden sacar de la cámara e introducirse en la computadora o directamente a la impresora.

Existen diferentes clases de tarjetas y presentan las mismas características, algunas de ellas pueden almacenar diferentes tamaños de archivos, dependiendo de la capacidad de cada una de ellas y del precio de adquisición.

Algunas clases de tarjetas de memoria flash son:

- Tarjetas de PC ATA
Ofrecen más capacidad de almacenamiento de datos a las computadoras PC. Se utiliza en algunas cámaras digitales y en especial en gran parte de los ordenadores portátiles, normalmente tienen una capacidad de almacenaje de datos de hasta 1,2 Gb (Gigabytes).
- CompactFlash
Son unas de las mejores del mercado, ya que se presentan en todos los tamaños y a un precio muy competitivo por megabyte de almacenamiento, además de su rapidez y reducido tamaño; se trata de una tarjeta inteligente, la cual, puede leerse entre diferentes tipos de PC. Es considerada la tarjeta de los profesionales, por su alta capacidad de almacenamiento de datos, de 2 a 3 Gigabytes y velocidad, en lo que respecta a la escritura de información.
- Secure Digital Card
Se caracteriza porque presenta un tamaño muy reducido, su formato y su costo corresponden perfectamente a los precios y tamaños, se pueden utilizar las tarjetas SD en todos los aparatos electrónicos, tal como reproductores de MP3, teléfonos o cámaras de foto digitales, tienen un tamaño de 32 mm. de largo, 24 mm de ancho y un grosor de 2 mm.

Su capacidad de almacenamiento alcanza de 256 a 512 megabytes, no es una tarjeta muy extendida, aunque prestigiosas casas comerciales la van introduciendo en sus aparatos electrónicos.

- Tarjetas Memory Sticks

Son un poco restringidas y la velocidad de escritura se encuentra un poco limitada, fueron desarrolladas por la Compañía Sony, alcanzan una capacidad de almacenaje desde los 64, 256 ó 512 megabytes hasta 1 GB con la *Memory Stick Pro (MagicGateMC)*. Ésta última, tiene una capacidad para soportar grabaciones e imágenes con movimiento de alta resolución. La tarjeta Memory Stick PRO se fabricó para proporcionar una transferencia de datos con alta velocidad.

- Tarjetas Multimedia

Cada vez se fabrican con más capacidad en GB, como la última que acaba de presentar Sony, la memory stick de 4 GB, está dotada de gran velocidad de lectura – escritura, descarga de datos, la velocidad de lectura es de unos 80 Mbps; también presenta una mayor durabilidad y compatibilidad en otras variedades de productos.

Esta tarjeta es ideal para los que necesitan bastante espacio para almacenar elevadas cantidades de fotografías y vídeos de alta resolución, está dotada de una importante característica, la “*Data Rescue Service*” es un servicio de recuperación de datos de Memory Stick, contra el borrado accidental o pérdida de datos por causas fortuitas.

2.4.5 Resolución y Píxeles

La resolución es la cantidad de puntos o píxeles que hay en una determinada medida de longitud (una pulgada o un centímetro) en una imagen.

Por lo que si conocemos las dimensiones totales de la imagen, entonces se puede averiguar la cantidad de píxeles que tiene, esto es, la cantidad de unidades que la componen o construyen; también encontraremos la media de la resolución de imagen expresada en:

**ppi (del inglés pixels per inch)
ppp o píxeles por pulgada**

23. RODRÍGUEZ, Hugo. (2005) *Imagen digital: conceptos básicos* / Colección: *Bit & Pixel*, Barcelona Ed. Marcombo. p. 25

Cuanta más alta sea la resolución, más píxeles hay en una imagen; más grande es su mapa de bits; las resoluciones altas permiten un mayor detalle y transiciones de color sutiles en la imagen.

La resolución con la densidad de píxeles de una imagen, esta íntimamente relacionada con su tamaño, así, para mantener la calidad de reproducción, al variar su tamaño, tendremos que variar también la resolución, en las cámaras se expresa normalmente en megapíxeles que es el resultado de multiplicar el número de píxeles horizontales por los verticales y de dividir el resultado por 1 millón.

La resolución es un factor a tener en cuenta en el momento de adquirir una cámara ya que determina la calidad de nuestras fotografías, la cantidad de megapíxeles que deberemos exigir a una cámara dependerá de la calidad y de la medida de la fotografía que querremos obtener.

Rodríguez nos dice: “*La calidad depende de la densidad de píxeles por pulgada (ppi). Una calidad de 300ppi es profesional; 200 ppi se puede considerar buena y 150, aceptable. Por debajo de esta calidad hablamos de calidades malas*”.²³

El píxel es la unidad mínima en que se divide la retícula de la pantalla del monitor y cada uno de ellos tiene diferente color, su tono de color se consigue combinando los tres colores básicos (rojo, verde y azul) en distintas proporciones.

Un píxel tiene tres características distinguibles:

- Forma cuadrada
- Posición relativa al resto de píxeles de un mapa de bits.
- Profundidad de color (capacidad para almacenar color), que se expresa en bits.



Ejemplo de un píxel. por Ma. Paula Pia (2004)

2.4.6 Zoom Digital

Es un método para aparentemente disminuir el ángulo de visión de una imagen fotográfica o de vídeo. Este tipo de zoom se logra electrónicamente al recortar una imagen con el mismo radio de aspecto que la original.²⁴

Casi todas las cámaras digitales constan de un zoom, pueden acercar o alejar la imagen para realizar la exposición. El zoom digital consta de unos pequeños botones en la cámara digital para que podamos acercar o alejar la imagen.

Cuando se disminuye el zoom, quiere decir que nos alejamos del elemento que queremos fotografiar y cuando lo aumentamos nos acercamos al sujeto de la misma forma o parecida a la que lo realizaría un teleobjetivo.

No es muy aconsejable ya que la calidad de la imagen se puede mostrar deteriorada. Este zoom suele añadir píxeles a la imagen por el proceso de interpolación (no incluye detalles nuevos a la imagen).²⁵



Escena de ejemplo sobre el zoom digital.
Captura de un patio trasero de una casa desde una toma aérea.

2.4.7 Flash Digital

Las cámaras llevan incorporado un flash pequeño, pero la calidad de imagen que presenta resulta un poco baja, se encuentra muy cerca del objetivo de la cámara, por lo que con frecuencia origina el efecto “ojos rojos” en las imágenes.

En cambio los flashes externos son más aconsejables y aportan mejores resultados.

A través del monitor LCD, la cámara nos indica los diferentes modos y posiciones de flash.

Podemos escoger los siguientes modos del flash en nuestra cámara digital:

- El modo flash automático: La cámara decide y dispara de forma automática cuando no haya suficiente luz o cuando se realicen fotografías de un objeto a contraluz. El fotómetro detecta cuándo es necesario utilizar el flash y lo activa de forma automática.
- Flash forzado: Es el que se utiliza sin tener en cuenta la cantidad de luz del ambiente, siempre se encuentra activado exista mucha o poca luz.
- Flash Sincronización lenta: El flash se utiliza para todas las imágenes que tengan poca luz y también donde se quiera incluir iluminación sobre el fondo de la toma fotográfica. La velocidad del obturador es más lenta debido a las pocas condiciones de luz. Esta modalidad es ideal para fotografiar coches en movimiento por la noche.



Camara Digital convencional sin flash

FinePix F200EXR con flash

24. DREW, Helen. (2006) *Fundamentos de la fotografía*. Barcelona. Ed. Blume, p. 135

25 RODRÍGUEZ. Op. Cit., p. 38

2.4.8 Formatos de la imagen

Los archivos gráficos o de imagen, son los utilizados para crear, almacenar y manipular imágenes mediante la computadora, ya que tienen una estructuración de datos que permiten almacenar las imágenes de forma legible para el programa.

Existen muchos formatos de imagen que utilizan un sistema de mapa de bits para su representación: BMP, GIF, TIFF, JPEG, PCX, IFF, la gran cantidad de formatos gráficos reflejan el desarrollo histórico de la informática (en hardware y en software) durante las últimas décadas.

*“A pesar de esta normalización, nos encontramos rodeados de infinidad de formatos de imagen distintos que son incompatibles entre sí, en algunas ocasiones, las imágenes sólo podrán ser abiertas con algunos programas específicos”.*²⁶

El tamaño del archivo de una imagen es enorme comparado con otros tipos de archivos digitales, para reducirlo y hacerlo más manejable, casi todas las cámaras digitales usan alguna forma de compresión.

Se han desarrollado diferentes técnicas de compresión debido a que los archivos de imagen pueden ocupar mucho espacio, provocando que muchas veces sean imposibles de manejar en las computadoras. Estas técnicas tratan de reducir el volumen del archivo para así disminuir los recursos que consume y abreviar el tiempo de transferencia. Asimismo, como con los formatos de imagen, las técnicas de compresión son de dominio público o pertenecen a la empresa que las desarrolló.

Hay dos modos de compresión de archivos de imagen y algunos formatos que se utilizan en ellas:

- Compresión sin pérdidas -

Comprime una imagen para que su calidad sea semejante a la fuente original, aunque parece ideal, no proporciona mucha compresión, esta se usa en archivos GIF y TIFF y logra proporciones de compresión de 50 a 90%.

-RLE (Run Length Encoded)

Es el más sencillo y está basado en sustituir una determinada secuencia de bits por un código, este método analiza la imagen y determina los píxeles que son del mismo color. Al guardar la imagen, basta con registrar el valor del color y la posición de cada uno de los píxeles que lo utilizan. Con imágenes que se compongan por muchas o grandes zonas del mismo color se obtiene una excelente compresión sin perder calidad. Si la imagen contiene gran cantidad de colores, sucede lo contrario, y al comprimir con este método pueden obtenerse incluso archivos de mayor tamaño que los originales.

-LZW (Lemple-Zif-Welch)

Este método es muy similar al anterior pero son más los formatos que lo utilizan, entre estos formatos están tif, pdf y gif, aunque, también es usado por los archivos que utilizan el lenguaje PostScript. Es muy efectivo con imágenes que contengan áreas de color de gran tamaño e imágenes sencillas, pero no con imágenes tipo fotográficas ya que su gama de colores es extensa.

-ZIP

Este método está diseñado para todo tipo de archivos y cuenta con una gran extensión en su uso. Por lo mismo una gran mayoría de las computadoras puede leerlo. Los tipos de archivo que lo utilizan son pdf y tiff.

- Compresión con pérdidas -

Aunque no descomprime imágenes a la misma calidad que la imagen fuente original, la misma sigue pareciendo visualmente sin pérdidas y normal si no se agranda demasiado. El método es suprimir los datos que no son obvios al observador.

-BMP (.bmp) Bit Map

Es el formato de las imágenes de mapa de bits de Windows. Su uso fue muy extendido, pero los archivos son muy grandes dado la escasa compresión que alcanzan.

-PSD (.psd) de Photoshop

Este es el formato de Adobe Photoshop y, por lo mismo, es el único que admite todas las funciones que este programa contiene. Sin embargo, su uso se centra en la manipulación de la imagen y no tanto para ser empleado en publicaciones digitales. Presenta grandes ventajas para la edición, ya que al guardar con este formato podemos mantener las capas (en estas podemos manipular los diferentes elementos de una imagen por separado) que hayamos utilizado en la manipulación de la imagen.

26. KARBO. Op. Cit., p. 46

-EPS (.eps) *Encapsulated Postscript File* de Photoshop

Es admitido prácticamente por todos los programas de edición y tratamiento de imágenes. Puede integrar tanto gráficos vectoriales como de mapa de bits. Para poder imprimir este tipo de archivos se tiene que utilizar una impresora PostScript.

TIFF (.tiff) *Tag Image File Format*

Se utiliza para imágenes de mapa de bits y es admitido prácticamente por todas las aplicaciones de autoedición y tratamiento de imágenes. Este formato fue desarrollado por *Aldus Corporation*. Lo reconocen casi todos los programas. Además, es compatible con PC y MAC. Su uso es de los más extendidos en la industria gráfica por la calidad de imagen y de impresión que presenta.

-GIF (.gif) *Graphics Interchange Format File*

Es preferible para las imágenes de tonos no continuos o cuando hay grandes áreas de un mismo color ya que utiliza una paleta de color indexado que puede tener un máximo de 256 colores. Una de sus mayores ventajas es que podemos elegir uno o varios colores de la paleta para que sean transparentes y podamos ver los elementos que se encuentren por debajo de estos. También es uno de los pocos formatos de imagen con el que podemos mostrar animaciones porque hace que distintos frames se ejecuten secuencialmente.

-JPG (.jpg) *Joint Photographic Experts Group*

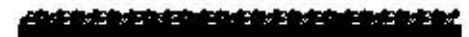
Es empleado usualmente para almacenar fotografías y otras imágenes de tono continuo porque utiliza un sistema de compresión que de forma eficiente reduce el tamaño de los archivos. En contraste con GIF, JPEG guarda toda la información referente al color con millones de colores (RGB) sin obtener archivos excesivamente grandes. Además, los navegadores actuales reconocen y muestran con fidelidad este formato.

-PNG (.png) *Portable Networks Graphics*

Pensando en un formato ideal para su distribución en Internet. PNG posee ventajas respecto a los otros formatos más comunes en este medio: JPG y GIF. Ya que fue desarrollado especialmente para su distribución en red posee gran parte de las ventajas de un GIF y de un JPG. Por ejemplo, permite altos niveles de compresión, además, permite utilizar la técnica de la indexación para crear colores transparentes, semitransparencias o transparencias degradadas.



"Mujer a media luz". Harrinson Kelly (2009)



2.4.9 Impresión

La impresión es un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel, la toma de fotografías con cámara digital puede ser un proceso sencillo y automatizado que requiere poco más que apretar el botón para obtener resultados satisfactorios. Y, de la misma forma, al usuario se le facilita de varias maneras la posibilidad de obtener copias impresas de sus fotos digitales: puede acudir a una tienda de fotografía con sus fotos en cualquier soporte (CD, tarjeta de memoria, etc.), para solicitar copias en papel; puede encargarlas vía Internet o la otra montar el laboratorio digital en casa, es decir, utilizar la impresora y papel fotográfico.

Alejandra de la Lama-Noriega (*apud.* ROJO. 2004), directora de comunicación de Kodak España explica “Las cámaras digitales han pasado de ser un artículo de lujo para amantes de la alta tecnología a formar parte de la electrónica de consumo. La imparable penetración de la fotografía digital en los hogares ha traído consigo la adaptación de los laboratorios, debido a que los usuarios no han dejado de demandar copias en papel. Frente a la inversión en tiempo y dinero de la impresión casera, los laboratorios ofrecen ‘calidad fotográfica’ a unos precios muchas veces más baratos que si se imprimiera en casa”.²⁷

Para el usuario que no tiene tiempo o ganas de complicarse la vida, lo más sencillo y barato es acudir a una tienda con la tarjeta de memoria de su cámara o, tras descargar las fotos en su computadora, encargar las copias a través de los muchos servicios que existen en Internet.

Pero si se desean realizar ciertos ajustes en las fotografías con algún programa de edición de imágenes, como recortarlas para encuadrar, ajustar la luminosidad y el contraste, o tratar de eliminar los ‘ojos rojos’, entre otras será necesario tener en cuenta los diferentes formatos de archivo para imágenes como se menciono anteriormente, para guardarlas en nuestra computadora, para así enviarlas para impresión o bien para ponerlas en internet.

A continuación cuadro de utilización de formatos para las imágenes:

Uso	Formatos	Resolución (dpi)
1 Monitor	BMP, JPG	cualquiera
2 Multimedia, Internet	JPG, PNG, GIF	72 - 75
3 Impresora de inyección	TIFF, BMP, PSD, JPG, PDF	150
4 Papel fotográfico	TIFF, BMP, PSD, JPG, PDF	300 o más
5 Transparencias	TIFF, BMP, PSD, JPG, PDF	depende ampliación
6 Impresión sobre trama	TIFF, EPS	300 o más

“Dado el tamaño/resolución de una imagen digital, no es lo mismo ampliar el detalle de un insecto que un paisaje”²⁸ explican los técnicos de Dinasa (*apud.* ROJO. 2004).

En estos momentos la práctica totalidad de las tiendas de revelado y laboratorios tienen entre sus ofertas la impresión digital, que no se limita a realizar copias de las fotos tomadas con la cámara digital. Las posibilidades que ofrecen son básicamente dos: pasar de digital a analógico (imprimir una fotografía digital) o hacer el camino inverso, de lo analógico a lo digital (escanear una fotografía tomada de la manera tradicional). Pero, estas dos opciones permiten a su vez un abanico de posibilidades:

Impresión digital a partir de negativos o diapositivas, APS, tarjetas de cámaras digitales o cualquier otro soporte informático (hasta las fotos realizadas con el celular).

Crear un CD con fotos digitales (archivos JPG) a partir de diapositivas, negativos o copias en papel (escaneado de las imágenes).

Es decir, las fotos tomadas con la cámara analógica (en negativo o diapositivas) se pueden digitalizar para almacenar en un CD o imprimir copias en papel, lo mismo que con las imágenes tomadas con una cámara digital.

Rojo también narra que Lama-Noriega comentó: “las tecnologías analógica y digital están mezcladas en los laboratorios y dice que los negativos se escanean y se mejoran con software antes de hacer las copias, y las impresoras láser imprimen imágenes digitales sobre papel fotográfico, que se revelan del modo tradicional, con químicos”.²⁹

27. ROJO. Ignacio. (n.d.). *Impresión de fotografías digitales*. Consultado el 11 de agosto de 2004 <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/imagen-y-sonido/2004/08/11/107251.php>

28. Ibid.

29. Ibid.

2.5 Composición fotográfica

2.5.1 Definición

Hacer una fotografía es algo más que mostrar lo que estamos viendo, ya que su composición puede resultar determinante. Paulo Porta dice “*Componer es organizar las formas dentro del espacio visual disponible, con sentido de unidad, de manera que el resultado sea armonioso y estéticamente equilibrado. Que no es más que, la disposición de los elementos en la escena o el ordenamiento, manejo y arreglo en las fotografías*”.³⁰

Los factores más importantes que conforman el conjunto de la fotografía son: composición, selección y disposición de sujetos en el área de la imagen fotográfica, dando como resultado la capacidad para comunicar algo. Garay explica: “*componer es igual a crear; la mayor parte de las buenas fotografías han sido creadas, por tanto, para crear fotografías hay que familiarizarse con algunos principios de la composición. La verdadera fuerza de una imagen radica en la combinación de un motivo y una composición vigorosa; lo que se decide dejar fuera de la imagen es tan importante como lo que se incluye en ella*”.³¹

La composición fotográfica es la manera en la que se organizan los objetos vistos dentro del encuadre, de lo que realmente queda en cuadro. Es decir, ordenan las figuras dentro del espacio visual disponible, dándole un sentido de unidad, de modo que resulte armoniosa y artísticamente equilibrada.

-Simetría

Está presente en la mayoría de las cosas que se conocen, se utiliza el encuadre como un plano simétrico y da sensación de orden y equilibrio, pero el uso excesivo resulta aburrido, la simetría no siempre tiene por que tener elementos idénticos.

-Rellenar el Encuadre (*Fill the frame*)

Esta regla puede parecer bastante obvia, pero lo cierto es que muchas veces se cometen errores al aplicarla; si se desea contar algo con una foto, se debe ocupar la mayor parte, con ese algo, que se debe convertir en el centro de atención; además, con esto se eliminan posibles elementos que le resten atención. Es un fallo demasiado común el querer sacar demasiadas cosas en una única foto. Pero al final, se consigue lo que se quiere enseñar, ante la duda de si algo debe salir o no en la foto, se debe quitar.

-Líneas

Son un elemento de importancia vital en las artes visuales, aportan formas y contornos; con las líneas se dirige la mirada del espectador de una parte de la foto a otra. Las líneas horizontales, verticales y diagonales son elementos positivos que aportan significado a las imágenes.

Un tipo especial son las líneas convergentes, son líneas paralelas que, por el efecto de la distancia, acaban convergiendo en un mismo punto.



En esta imagen se puede apreciar el detalle en donde antes no había y le damos una dimensión a los objetos mayor de lo que en realidad son. La cámara se centra y baja para darle forma desde la nueva perspectiva. Israel Belchi. (2008)

-Flujo

Es el modo en el que la mirada del espectador se desplaza de una parte de la fotografía a otra, una manera de definir el flujo de una fotografía es mediante el uso de líneas, pueden ser horizontales, verticales, diagonales, convergentes o divergentes; a veces el flujo creado por las líneas es nítido y claro, (como los laterales de un edificio que convergen hacia el cielo), o pueden ser menos obvias.

El flujo crea ilusión de movimiento (o ausencia de movimiento si se desea), las líneas diagonales se consideran generalmente “dinámicas”, mientras que las horizontales y verticales se consideran “estáticas”, el equilibrio cuidadoso de elementos estáticos y dinámicos dará un sentido global de movimiento a tus fotografías.

30. PORTA, Paulo. (2007, 17 abril). *Revista fotográfica e imagen Digital*, p.22

31. GARAY, Félix. (2003) *La Composición Fotográfica* (1ª parte), Consultado el 29 de enero de 2005
<http://www.fotografiasdepaisajes.com/modules.php?name=News&file=article&sid=296>

-Dirección

Es similar al flujo, también crea la ilusión de movimiento, si hay algo en la fotografía que parezca estar en movimiento, tiene una dirección en la que se mueve.

-Repetición

Dan un sentido de relación de distintas partes de una imagen. En algunas ocasiones puede aportar factores psicológicos, como el sentido de la unión y el compañerismo.

-Equilibrio

Es una composición en la cual se colocan los elementos de una forma armoniosa.

-Colores

Existen dos tipos de colores:

Cálidos: rojos, naranjas y amarillos

Fríos: azules, verdes y violetas

Existen muchos elementos psicológicos ligados a éstos, un ejemplo: los azules se consideran colores tranquilos, mientras que los rojos son más temperamentales, hay que prestar atención también al contraste.

-Regla de Oro y sus tres leyes

Es actualmente de uso común no sólo en las artes gráficas sino también en los medios de comunicación social como la fotografía, el cine, la televisión y la publicidad.

*“Las leyes de la regla de Oro no son para seguirlas al pie de la letra, son normas que nos pueden ser muy útiles para comenzar a componer partiendo de ellas, y que podemos emplearlas o no según nuestro criterio y su adecuación al tema que se está trabajando. Una buena práctica, es realizar varias versiones de una misma imagen, respetando estas leyes en unos casos y en otros no, para luego comparar los resultados”.*³²

-La ley del Horizonte

Es cuando en el recuadro fotográfico deben trazarse, imaginariamente y con afinidad, tres líneas horizontales de igual anchura, tanto si se está trabajando en posición horizontal o vertical, y en la gran mayoría de las ocasiones, darle alrededor de dos bandas a la zona donde se encuentra el motivo principal, y más o menos una banda a la secundaria.



La amplitud de ambos espacios dependerá de la mayor o menor importancia de cada uno de éstos, pudiendo ser casi iguales, si la relación entre el motivo principal y el secundario no es tan desequilibrada, hasta reducirse la zona secundaria a sólo un pequeño borde si el motivo principal es muy destacado.

-Grupos de Tres

Existe una percepción especial de los números impares en fotografía y en especial de los grupos de tres elementos.

Un único elemento puede transmitir soledad o aislamiento; con dos elementos una foto puede quedar demasiado bien equilibrada y estática y cuatro elementos pueden resultar muchos para distribuir.

-La Ley de la Mirada

Es aquella en que toda persona, animal o cosa, dentro del recuadro fotográfico debe de tener más espacio libre hacia su parte frontal que en la parte trasera; es lo que habitualmente se denomina aire, independientemente de la amplitud de lo abarcado en el encuadre de la toma.

Incluso se puede recortar el borde del recuadro fotográfico, la porción del elemento gráfico en cuestión por su parte posterior, si este se encuentra en un plano cercano a la cámara o es de dimensiones muy grandes.

32. Ibid



-La Ley de Tercios

Se debe dividir el encuadre en tres partes horizontales y tres verticales, utilizando para ello líneas imaginarias y en la intersección de éstas se colocan los puntos de interés. De esta forma se consigue una composición equilibrada.

Esto ocasiona un arreglo asimétrico de la imagen, con el polo de máximo interés visual encontrándose relativamente cerca de alguna de las cuatro esquinas del recuadro y el área central de la gráfica ocupada por elementos secundarios.

Es posible y hasta recomendable, cuando se pueda hacer, cumplir las tres leyes de La Regla de Oro en una misma fotografía, pues éstas no sólo son perfectamente compatibles entre sí, sino también complementarias.

-Ritmo

No es otra cosa que la repetición de elementos iguales y genera orden; dentro de este punto hay otro interesante y es que si dentro de un grupo de elementos iguales se introduce otro desigual, éste destacará por su diferencia.

-Espacio Negativo

Se denomina así a los grandes espacios vacíos, generalmente en blanco o negro, dentro de una fotografía, normalmente a un lado.

El alejamiento del elemento central de la imagen, rellenando el resto de la foto de un espacio vacío, permite transmitir una información adicional de soledad, aislamiento o calma a la imagen.

Aunque no es un recurso que se utilice habitualmente, no está de más conocerlo; se relaciona con la regla de composición consistente en rellenar el encuadre.

-Frente/Fondo

El contenido del frente y del fondo de una foto es importante, tanto en el primero como en el segundo, tienen aplicación otros elementos compositivos como los colores o las líneas. Lo importante en el frente y en el fondo es que no haya demasiados detalles que puedan distraer la vista del espectador del centro de interés. La mejor herramienta que se usa para marcar la diferencia entre estos es la profundidad de campo, gracias a la apertura del diafragma que se utiliza a la hora de hacer fotografías, se consigue mayor o menor nitidez en el fondo.

-Enmarcado

Existen elementos que pueden ayudar a poner un marco al centro de interés de la foto, algunos son muy claros, tapando completamente parte de la foto, como puertas, ventanas o puentes.

Cualquier elemento que encierre el centro de interés permitirá enmarcar la foto, dirigiendo la atención hacia el elemento deseado.

-Curvas en S

Son un elemento muy recurrente en fotografía, está relacionado con la sensualidad, también transmiten movimiento y ayudan a conducir la mirada. En la vida cotidiana se encuentran muchos recursos que permiten aplicar curvas en S en las fotografías: una carretera, un camino, el curso de un río, son elementos visuales muy potentes que le dan interés.

Todas estas reglas de composición para las fotografías no son fijas e inalterables, pero ayudan a evitar errores graves en la disposición y presentación de los elementos.



2.5.2 Encuadre

El encuadre es el elemento que puede ayudar a comprender cómo se construyen las imágenes, y cómo en éstas se puede ver exclusivamente aquello que desea se perciba.

En el marco del encuadre nos asomamos a una construcción de la realidad, nunca a la realidad misma.³³

- Tipos de Encuadres-

Encuadre simple: Consiste en enmarcar al objeto, con otro preferentemente en un primer plano, como si se estuviera viendo la escena desde una ventana. De esta manera aumentamos la profundidad y el equilibrio de la composición. Otra manera es colocar el objeto principal en un primer plano y trabajar el fondo, en un segundo plano.

Encuadre compuesto: Trata de ilustrar una imagen dentro de otra, es decir, en la misma composición un elemento se encuadra con otro de la misma fotografía, haciéndola destacar dentro de la misma.

Encuadre horizontal: Es usado habitualmente en paisajes de ahí viene su denominación de forma apaisada. Da la sensación de quietud, tranquilidad o estabilidad.

Encuadre vertical: Sugiere fuerza, firmeza, la mirada no puede desplazarse en horizontal ni penetra profundamente, el horizontal resaltaría el espacio y el vertical lo magnifica; es el más apropiado normalmente para retratos.

Encuadre inclinado: La obtendremos inclinando la cámara. Transmite dinamismo y fuerza y suele utilizarse como recurso ocasional para resaltar estas cualidades en el motivo de la fotografía.

33. OSORIO, Fernando.(2000) *Encuadre*. Consultado el 23 de enero de 2009 <http://www.escuelacima.com/encuadre.html>

2.5.3 Tomas Fotograficas

Podemos dividir la serie de Tomas en tres apartados principales:

- CU : Close up : toma cerrada

Extreme Close Up: Toma cerrada extrema : Toma más cerrada a un área de la cara; como podría ser los ojos, la nariz, la boca u oreja.



Big Close Up: Gran toma cerrada: Esta toma abarca lo que es la cara, desde la barba hasta la parte superior de la frente



Close Up: Toma cerrada: Abarca desde los hombros hasta la parte superior de la cabeza. Con criterio a aire o espacio superior



Medium Close Up: Toma cerrada media. Hace resaltar detalles, la toma se extiende desde el tórax hasta la parte superior de la cabeza.



-MS : Médium Shot: Toma media

Medium Shot: Toma media: Abarca desde la cintura hasta la parte superior de la cabeza



-Medium Full Shot: Toma medio llena. Desde la rodilla hasta la parte superior de la cabeza.



-Full Shot: Toma llena. Cubre el cuerpo completo desde los pies hasta la parte superior de la cabeza.



-LS : Long Shots : Tomas abiertas

-Long Shot: Toma larga: Abarca todo el set y varias personas en escena.



-Extreme Long Shot: Toma extrema abierta. Para mostrar grandes panoramas. Hasta afuera del set.



-Big Long Shot: Gran toma abierta. Para mostrar panoramas mas cerca.



OTRAS TOMAS

-Two Shot: toma de dos personas y puede ser en abertura cerrada o abierta. Puede ser TWO SHOT en Close up, Medium Shot o TWO SHOT en Full.



-Two Shot Over The Shoulders: toma de dos personas sobre.



-Three Shot: Toma de tres personas.



-Group Shot: Toma de Grupo.



-Product Shot: Toma de un producto.



-Product Thight Shot: Toma media abierta de un producto. Abarca el producto y otros objetos a su alrededor que lo apoyen.



-Product High Shot: Toma cerrada de un producto. Donde solo se muestra la marca.



-TOMA A NIVEL: Es cuando la fotografía se realiza desde la misma altura o nivel que la del elemento tomado, ni por encima ni por debajo.



-TOMA EN CONTRAPICADO: Es cuando la fotografía se realiza desde un lugar más bajo que el motivo tomado, quedando este más alto que la cámara.

Debido a la perspectiva que se genera, el objeto se aprecia engrandecido visualmente, puede en algunos casos connotar enaltecimiento, importancia o poder.



-TOMA EN PICADO; Es cuando realizamos una toma desde una posición más alta que el elemento fotografiado, desde arriba hacia abajo.

Esta clase de toma fotográfica también transmite una disminución en cuanto al tamaño. Sobre las personas transfieren rostros poco favorecidos y desproporcionados.



-TOMA EN CENTRAL: Es cuando la imagen se toma en un ángulo totalmente de arriba hacia abajo, en posición perpendicular con respecto al suelo, es decir, lo más extremo posible de una toma en picado.

Produce una gráfica sin perspectiva, que puede ser muy descriptiva si se aplica a objetos pequeños; e inusual e interesante si se usa con elementos grandes.



2.5.2 Planos

Se utilizan en fotografía y son un factor clave para la composición de la imagen, hay que experimentar y saber elegir el plano fotográfico más adecuado para el tema elegido o bien para la intención del fotógrafo.

Los tipos de planos dependen del ángulo de encuadre que capten. Así tenemos planos que abarcan un gran ángulo de cobertura y otros planos que son más cerrados.

Lo más usual es que los planos en fotografía estén relacionados con la longitud de la focal usada. Así los planos denominados generales son realizados con objetivos angulares, y los planos más cerrados son realizados con teleobjetivo.

- Planos Generales -

Son los que ofrecen un mayor ángulo de cobertura de la escena, su función es poner sobre la mesa una situación en que lo importante es la escena en su conjunto y no un detalle en particular. Es el caso, por ejemplo, de los paisajes. Estos planos tienen un sentido descriptivo que permite dar una referencia global de la escena o presentar una idea de la situación geográfica.

Los tres tipos de planos generales son los siguientes:

- Gran Plano General: Es el de mayor cobertura, ideal para captar paisajes, clima, atmósfera.

- Plano General: Reduce el ángulo de cobertura pero el fondo sigue siendo parte fundamental en la composición.

- Plano General Conjunto: Reduce el campo visual y encierra a los personajes en una zona más restringida, de forma que puede ir individualizando cada objeto o sujeto de forma más precisa.

- Planos Medios -

Este tipo de planos son los que en cine se llaman “de diálogo”, sólo suelen mostrar a un sujeto y centran la atención del espectador sobre él. Escapan del entorno y no dan apenas detalles de la situación contextual, pero se empiezan a apreciar indicios de el estado emocional -por la posición de los brazos o los gestos que se intuyen en la fotografía. Hay dos tipos de planos intermedios:

- Plano Americano: Corta al sujeto por encima de las rodillas, tiene su origen con las películas del oeste, este plano no es demasiado común, pues nuestro cerebro inconscientemente no reconoce el corte sobre las rodillas como algo natural, por lo que es bastante normal que algo no encaje en las tomas de este tipo. La orientación natural de este plano es vertical

- Plano Medio: Es el plano intermedio por excelencia y empieza a ser considerado un plano de retrato. Con este tipo de plano, cedemos más importancia todavía a los aspectos emocionales del sujeto.

- Primeros Planos -

Son aquellos que centran totalmente su atención en el sujeto, llevan una gran carga emotiva y son perfectos para capturar los sentimientos que, utilizando planos más largos, pasarían desapercibidos. Contamos con tres tipos: el primer plano, el primerísimo primer plano y el plano detalle.

- Primer Plano: Es el perfecto para el retrato del rostro, agranda el detalle y miniaturiza el conjunto de la escena eliminando de una vez por toda la importancia del fondo.

- Primerísimo Primer Plano: Tiene un enorme impacto visual, está muy ligado a la emotividad y permite centrar la mirada en un pequeño fragmento de la realidad. Los detalles se capturan con especial facilidad, y cualquier pequeño error aparecerá magnificado, lo cual puede inutilizar por completo nuestra toma

- Plano Detalle: Es el plano más cercano, como ocurría con otro tipo de planos, el contexto de la escena definirá que se trate de un plano detalle o no. Los detalles se agrandan y la carga emocional alcanza su punto máximo.

2.5.6 Géneros Fotográficos

Los géneros fotográficos son abordados desde varios puntos de vista: como evolución natural de los géneros pictóricos, por la función que cumplen, como receptáculos que recogen las necesidades expresivas del hombre.

Purves (1990, p. 85) señala: *“que los géneros están relacionados con los temas representados pero el autor establece una hipótesis que fija los géneros, también, a la forma de representación del espacio y del tiempo”*.³⁴

Para encontrar la definición de género en el campo de la fotografía he recurrido a un proyecto de recopilación de datos tan interesante como la que menciona Purves en su libro, que responde así:

*“Término para designar el tipo de fotografía en el que aparecen personas en su ambiente normal de trabajo o diversión. La esencia del género es la representación sin afectación de la vida corriente del individuo medio. La fotografía de este tipo tiene solamente éxito cuando está presidida por la naturalidad.”*³⁵

Pero los géneros fotográficos se clasifican de la siguiente manera:

- Paisaje -

La fotografía de paisajes es una de las disciplinas más profusamente practicadas por todos los fotógrafos, no importa si son profesionales o novatos, generalmente, se hace a plena luz del día, con altas velocidades de obturación y con diafragmas cerrados.

- Naturaleza -

Se representan solamente objetos inanimados: colección de objetos, un tipo de naturaleza muerta llamado bodegón. El cual podrá definirse como aquella fotografía en la que se representan una serie de naturalezas inanimadas, alimentos o similares, generalmente en planos cortos, con encuadres cerrados y caracterizados por una iluminación especialmente cuidada.

- Desnudo -

El cuerpo humano presenta su máxima belleza cuando se expone al natural, la fotografía de desnudo es una disciplina compleja, que intenta mostrar con la máxima sensibilidad y respeto a el/la modelo la belleza que todos y cada uno tenemos en nuestro cuerpo.

El objetivo es buscar una imagen plástica, en donde las curvas, la luz y las sombras se combinen para producir unas fotos sensuales, en las que se insinúa mucho más de lo que se muestra.

Cada foto se compone con sumo cuidado para que todos los elementos presenten una armonía plena con el cuerpo desnudo de una modelo.

- Retrato -

Representación artística del rostro o de la figura entera de una persona. Es un género donde se reúnen toda una serie de iniciativas artísticas que giran en torno a la idea de mostrar las cualidades físicas o morales de las personas que aparecen en las imágenes fotográficas.

El principio de un retrato suele consistir en ubicar el sujeto. Es conveniente emplear fondos no demasiado llamativos ni recargados que puedan distraer la atención -el sujeto es lo más importante

- Prensa -

La fotografía periodística no es un mensaje aislado, al contrario, está enmarcado dentro de un entorno estructurado por la leyenda, un titular y/o un texto escrito que, junto con ella, conforman una unidad.

Esta se ubica dentro del género llamado fotoperiodismo, en el cual la imagen expone un suceso, y muchas veces va acompañada de una nota explicatoria que refuerza el mensaje

- Publicitaria -

Las imágenes publicitarias cumplen el objetivo de convencer al comprador de que un objeto o servicio es el mejor; para ello se valen de establecer estereotipos, en los que la gente pueda reconocerse o bien anhelarse.

La fotografía publicitaria comúnmente se define como una Fotografía de Producto o Product Shot, si existe una aplicación comercial de la imagen, se deduce que hay un producto que se tiene que hacer llegar al consumidor a través de la imagen fotográfica para su mejor conocimiento y consumo.

34. PURVES, Federick. (1990) *Enciclopedia Focal de fotografía*. Barcelona. Ed. Omega S.A., p. 85

35. Ibid. p. 86

- Moda -

La transformación que sufren las imágenes es eminente, ya que en la producción de éstas se busca representar la perfección. La fotografía se caracteriza por ser un medio útil, una técnica al servicio de una práctica o proyecto; en la fotografía de moda, la imagen se pone al servicio de la actitud que finalmente se convierte en una forma de expresión.

- Identificación -

La foto-identificación es la técnica que permite identificar a los individuos por sus marcas naturales a través de la fotografía.

Se inició en la década de los 70 por el renombrado investigador Roger Payne, implementa y desarrolla la técnica de foto-identificación con esta especie a través de sus estudios en Península Valdés, Argentina; método que luego es utilizado por otros investigadores argentinos y se extiende a otros países como Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda y Brasil. Por primera vez y de manera sistemática esta técnica es desarrollada en Uruguay a partir del año 2001.³⁶

- Documental -

La fotografía documental ha sido quizá el género más desarrollado desde los inicios de la fotografía, por aquella asociación inmediata que se hiciera de la técnica fotográfica a una mayor “objetividad” en la captación de la realidad que otras formas de representación visual.

Juan Candela nos explica: “*El invento de la fotografía se presentó en la Academia de Ciencias de París, y su presentador, Arago, hizo un fuerte énfasis en las posibilidades que brindaba este nuevo invento para la arqueología, la biología, la astronomía y para la divulgación de estas ciencias, en la medida que permitía a muchas más personas ver imágenes de fenómenos distantes e inaccesibles. Las primeras aplicaciones documentales fueron la fotografía de viajes y la fotografía de guerra. En México, a principios del siglo XX, destacaron en este género, la familia Casasola, estirpe de fotógrafos que llenaron de imágenes más de cuatro décadas del México revolucionario y posrevolucionario*”.³⁷

- Forense -

Permite la presentación de dictámenes debidamente ilustrados. por su función requiere de un trabajo de laboratorio lo más limpio posible, no trucos técnicos, no retoques, ni cualquier otro efecto que pueda empañar su veracidad, en este sentido, a diferencia de lo que ocurre en otros contextos, como ser en una revista de moda, las imperfecciones cuentan y son importantes, no vale taparlas, el secreto seguramente estará en mostrarlas para así descubrir verdades.

- Científica-

La primera aplicación científica de la Fotografía estaba basada en las posibilidades para registrar y duplicar imágenes.

Para la ciencia, la fotografía ha resultado ser una herramienta multidisciplinaria de primer orden, no sólo para registrar lo que el ojo percibe, sino también, en muchos casos, aquello que resulta imposible de ver. Muchos adelantos tecnológicos y descubrimientos científicos han requerido de su concurso y apoyo o, en algunos casos, la propia Fotografía ha sido la causante del descubrimiento.

La aplicación de la fotografía a fines científicos requiere la utilización de equipos adecuados a las necesidades; equipos que, por supuesto, en muchos casos no tienen ningún parecido con una cámara habitual, además hay que contar con la necesidad de ópticas especiales, diferentes tipos de luz, filtros, emulsiones especiales y muchos otros factores, con el fin de tratar de conseguir el resultado buscado. Las situaciones y las necesidades pueden ser muy variadas: desde tomas muy lentas (como puede ocurrir en fotografía astronómica, o para registrar un cambio apenas perceptible) o tomas excepcionalmente rápidas (como la captación del impacto de un proyectil o el estudio de un suceso muy rápido).

Muchos campos técnicos y científicos donde la fotografía está presente, colaborando, registrando los resultados y permitiendo un estudio más detallado de la información proporcionada por otras técnicas.

36. *Cuarto Oscuro*. Sala de prensa. Volúmen 3, Año IX, Junio 2007, p. 102

37. CANCELA, Juan (2003) *Fotografía y Ciencia*. Facultad de Químicas. San Sebastián. Universidad del País Vasco. Euskonews & Media, p.43

2.6 Diseño gráfico

2.6.1 Definición

Aunque no existe fecha exacta del nacimiento del Diseño Gráfico, algunos investigadores lo datan durante el período de entreguerras; otros que comienza a identificarse como tal, a finales del siglo XIX, pero también dicen que su origen se encuentra en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. de C.

Podemos decir que la comunicación visual tiene una historia muy larga, porque como menciona Margarita E. Saloma: *“el hombre primitivo buscaba alimento y encontraba una huella de animal impresa en el lodo, en realidad estaba recibiendo un mensaje a través de un signo gráfico. Sin embargo, a pesar del largo recorrido hacia la actualidad de la comunicación visual, es posible analizar que el diseño como actividad moderna se constituirá como una demanda de la revolución industrial”*.³⁸

En lo que refiere a la historia del diseño gráfico, cabe destacar la influencia que tuvieron hechos como la Revolución Francesa e Industrial, para el desarrollo del comercio y de la actividad publicitaria.

Además, es importante tomar en cuenta que muchos aspectos políticos, sociales y religiosos de cada época, han influido en la evolución o retroceso en lo que concierne a los trabajos impresos, desde la creación de los tipos de letras, el trabajo tipográfico, hasta la aparición de los libros, periódicos, enciclopedias y carteles.

Francisco Olvera dice: *“Etimológicamente diseño, proviene del italiano disegnare, que se deriva del latín designare, que significa marcar, designar”*.³⁹

38. SALOMA, Margarita. E. (2004) *Historia del Diseño Gráfico*. Tesis de Diseño, Universidad de la IBERO. México, D. F. p. 13.

39. OLVERA, Francisco. (2001) *Reflexiones sobre el diseño*. Colección CYAD-UAM Azcapotzalco, p.18.

40. DONDIS, D. A. (2000) *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. México. Ed. Gustavo Gili. 14ª reimpresión. pp. 45 y 50

41. CHÁVEZ, Norberto. (1999) *Diseño y comunicación*. Teorías y enfoques críticos. Buenos Aires, Argentina. Ed. Paidós, 1era Reimp. p. 45

42. BIERUT, Michael. (2001) *Fundamentos del diseño gráfico*. Buenos Aires. Ed. Infinito, p. 22

43. VUARTE, M. (2003) *Foto Básica*. Consultado el 3 de septiembre de 2009, <http://isopixel.net/archivo/2004/09/definicion-de-diseno-grafico/>

Dondis por su parte explica: *“La palabra gráfico califica a la palabra diseño, y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. Entonces, gráfico no significa dibujos, grabados, figuras, grafismos ni ornamentos, como puede ser el caso en otros contextos”*.⁴⁰

El verbo diseñar se usa en relación con el proceso mencionado y no como sinónimo de dibujar, aunque esta acción pueda a veces ser parte de ese proceso.

Para definir al Diseño Gráfico dice Chávez, (1996, p. 19) : *“La palabra “diseño” se usará para referirse al proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales, se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad. La palabra “gráfico” califica a la palabra “diseño”, y la relaciona con la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos. Las dos palabras juntas: “diseño gráfico”, desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión. En función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por los medios industriales”*.⁴¹

Para Bierut el diseño gráfico dice: *“es la disciplina u oficio dirigido a idear y proyectar mensajes visuales, contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, identificadoras, vocativas, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, etc”*.⁴²

La Escuela Nacional de Artes Plásticas (*apud*. Vuarte. M) define al diseño como:

“Una disciplina que pretende satisfacer necesidades específicas de comunicación visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos para su medio social”.⁴³

En Abril de 1919 es la fecha en que abrió sus puertas una de las escuelas más importantes del mundo, la Bauhaus que impartió el primer curso, lo que también significó que se establecieron nuevas líneas de pensamiento artístico, técnico y filosófico. Fue ésta una suma por demás creativa que ofreció, ante todo, un nuevo profesional adecuado a las nuevas tecnologías, que avizoraba un mundo industrializado con nuevos retos y, sobre todo, con un estilo de vida innovador. Chávez escribió que Walter Gropius pudo identificar la innovadora producción estética con la maquinaria industrial, sus tendencias fundamentales se reducían a la ruptura con lo tradicional y con los estilos preestablecidos; el predominio de la función sobre la forma; la interrelación estrecha entre, por un lado, la arqui-

itectura y el diseño y, por otro, las ciencias aplicadas; la adecuación de la vivienda a los recursos y necesidades humanas y una efectiva planificación urbana.⁴⁴

La filosofía de Gropius se basaba en integrar todas las artes con la tecnología moderna y unirlos con el fin de obtener un diseño disponible para todos los niveles socioeconómicos. Los productos resultantes se alejaban mucho de la clásica ornamentación excesiva. Por el contrario, poseían líneas limpias y claras, formas geométricas sencillas y, de manera característica, daban la impresión de estar hechas industrialmente y no a mano. Fue entonces cuando se empezó a hablar de hacer diseños industriales en forma positiva. La teoría de la Bauhaus sobre la enseñanza del diseño incluía un artista y un técnico en cada estudio de clase.⁴⁵

La influencia de la Bauhaus en el mundo entero es algo que todavía se puede apreciar, hoy en día podemos encontrar diseñadores contemporáneos que al crear retoman la influencia Bauhaus, es evidente que en el diseño industrial y en el diseño de interiores de este fin de siglo principalmente predominó la teoría de crear funcionalidad y estética, por lo que de algún modo podemos atribuirle a la Bauhaus el origen del diseño de nuestra época.

El diseño gráfico es un medio visual de comunicación en el cual confluyen diversas técnicas de representación, como consecuencia de la evolución de las manifestaciones plástico-artísticas y de los avances científicos y tecnológicos, utiliza lenguajes estéticos definidos y códigos que lo emparentan con otras formas de expresión artística, y al igual que éstas, soluciona bidimensionalmente problemas de nuestra cotidianidad.

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito, a diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visualizaciones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. En pocas palabras un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo “ya sea un mensaje o un producto... su creación no debe ser sólo estética si no también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.⁴⁶ (Wong, 1991)

Por eso el diseño forma parte consustancial en nuestra vida diaria y su aplicación la encontramos en todos los medios visuales modernos, entonces, podemos conceptualizar al diseño gráfico como la acción de realizar comunicaciones visuales a través de la selección y organización de textos e imágenes, ya que es un lenguaje visual que manipula signos y resuelve problemas de comunicación entre un emisor y múltiples receptores.



Gropius frente a su propuesta para el concurso del Chicago Tribune Tower, (1922)

44. CHÁVEZ. Op. Cit., pp.21 y ss.

45. Ibid.

46. WONG, Wucius. (1991) El Fundamentos del Diseño bi-tri-dimensional. Barcelona. Ed. Gustavo Gili. p. 7

2.6.2 Fundamentos del Diseño

Una composición gráfica puede estar formada por muchos o pocos elementos, puede componerse de la presencia de texto o sólo de imágenes y poseer grandes espacios vacíos o constituir una combinación equilibrada de elementos gráficos.

La composición debe ser la ordenación adecuada de los elementos para el proyecto que se diseña, ya sean texto o ilustraciones, destinados para lograr los objetivos propuestos, es decir, impactar visualmente al público receptor del mensaje. No hay ninguna norma específica que garantice el éxito de la composición, aunque sí existen una serie de pautas a las que un diseñador se puede adecuar, con las que se consiga aproximarse a soluciones compositivas más eficaces.

García explica: *“la interpretación y recepción final de un mensaje gráfico, intervienen no sólo la disposición y el orden asignado a los elementos, sino también el mecanismo perceptivo del receptor de la comunicación. Por tanto, el diseñador ha de tener un profundo conocimiento de las normas que rigen el fenómeno de la percepción, para poder establecer sus composiciones de un modo sólido y fundamentado”*.⁴⁷

Un diseñador puede realizar diseños por su sensibilidad a la creación visual, sin embargo conocer los elementos formales del diseño le ayudará a ser un mejor diseñador.

En general se distinguen 4 grupos de elementos:

- Elementos Conceptuales -

Son aquellos que están presentes en el diseño, pero que no son visibles a la vista, se dividen en 4 elementos

- Punto: Indica posición, no tiene largo ni ancho, es el principio y el fin de una línea.



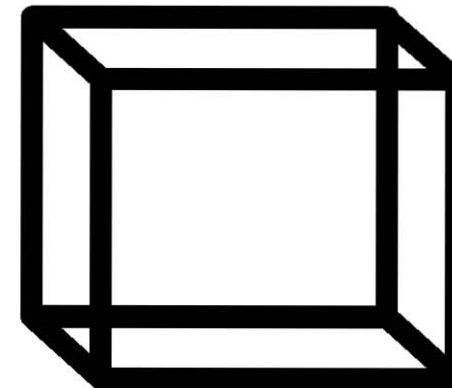
- Línea: Es una sucesión de puntos, tiene largo, pero no ancho, tiene una posición y una dirección.



- Plano: Un plano tiene largo y ancho, tiene posición y dirección y además está limitado por líneas.



- Volúmen: El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen, tiene posición en el espacio, está limitado por planos y obviamente en un diseño bi-dimensional, el volumen es ilusorio.



47. GARCÍA, Torres. Milko. A. (1991) *Curso Práctico de Diseño Gráfico*. Madrid. Ed. Génesis, p. 22

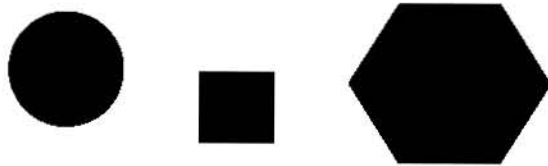
- Elementos Visuales -

Son aquellos que son visibles y se definen por los materiales utilizados.

- Forma: Todo lo visible tiene una forma, la cual aporta para la percepción del ojo una identificación del objeto.



- Medida: Todas las formas tienen un tamaño.



- Color: El color se utiliza comprendiendo no solo los del espectro solar, sino asimismo los neutros (blanco, negros, grises) y las variaciones tonales y cromáticas.



- Tono o Valor: La palabra tono se refiere a la claridad u oscuridad relativas.



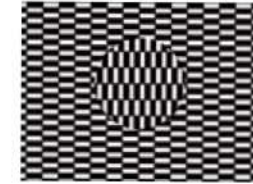
- Textura: Tiene que ver con el tipo de superficie resultante de la utilización del material. Puede atraer tanto al sentido del tacto como al visual.



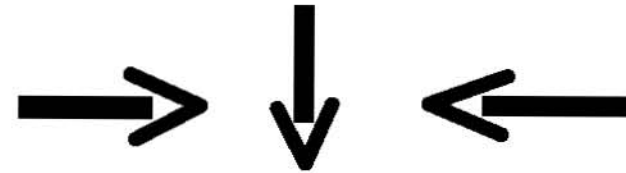
- Elementos de Relación -

Se refiere a la ubicación y a la interrelación de las formas en un diseño

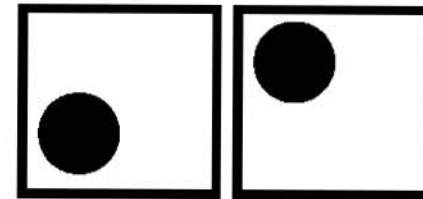
Movimiento: Es uno de los elementos visuales que implica y dota de más fuerza. Realmente solo está implícito en ciertos elementos, aunque existen técnicas capaces de engañar el ojo. La impresión de movimiento en aquellas expresiones visuales estáticas es más difícil de conseguir, pero termina derivando de nuestra experiencia de movimiento de la realidad.



Dirección: La dirección de una forma depende de como está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.



Posición: La posición de una forma depende del elemento o estructura que la contenga.



Espacio: Todas las formas por más pequeñas que sean ocupan un espacio, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio (para dar una sensación de profundidad)



- Gravedad: El efecto de gravedad no solamente es visual, sino que también psicológica. Podemos atribuir estabilidad o inestabilidad a una forma o a un grupo de ellas.



-Elementos Prácticos -

Los elementos prácticos van más allá del diseño en si y como es de esperar son conceptos abstractos.

- Representación: Se refiere a la forma de realizar el diseño: puede ser una representación realista, estilizada o semi-abstracta.



- Significado: Todo diseño con lleva consciente o subconscientemente un significado o mensaje.



- Función: Para lo que esta creado dicho diseño.



Con estos elementos podemos decir que la función de un diseño es crear un elemento tanto estéticamente adecuado como al mismo tiempo funcional y práctico.

2.6.3 Áreas del Diseño

El campo del diseño gráfico abarca cuatro áreas fundamentales cuyos límites se superponen parcialmente en la actividad profesional. La clasificación se basa en la noción de que cada una de las áreas requiere una preparación y un talento o asesoramiento especial de acuerdo a la complejidad del proyecto.

Las áreas son:

- **Diseño para información:** incluye el diseño editorial, generalmente estos productos se clasifican de acuerdo al tamaño de información que disponen en afiches, flyers o volantes, libros, periódicos, revistas, catálogos, CD, DVD, etc. Además abarca la señalética, que incluye señales de peligro, tráfico, banderas marítimas, de ferrocarril, entre otras. Los folletos se clasifican de acuerdo a su número de páginas y pueden ser dípticos (dos páginas), trípticos (tres páginas), etc. También se los divide en publicitarios, propagandísticos, turísticos, entre otros. Dentro de esta clasificación entra también la infografía, mapas, gráficos y viñetas.

- **Diseño para persuasión:** Es el diseño de comunicación destinado a influir sobre la conducta del público. Incluye la publicidad y la propaganda. Además entran en esta clasificación la identidad corporativa que comprende marcas, logotipo, papelería comercial y fiscal, billetes, gráfica vehicular; las etiquetas, las cuales pueden ser frontales, colgantes, de seguridad, envoltentes, etc.; y los envase, los más comunes son los rígidos, semirígidos, flexibles y las latas.

- **Diseño para educación:** Incluye el material didáctico como los manuales instructivos, indicaciones de uso, fichas didácticas educacionales, etcétera. También entran la carteles de seguridad industrial y señalización de espacios de trabajo.

- **Diseño para administración:** Comprende el diseño de formularios, señalética urbana, billetes, sellos postales, pagares y en general, cualquier pieza que sea susceptible de falsificación.

- **Diseño tipográfico:** tipos sans serif o palo seco, con serif, gestuales, góticas, caligráficas y de fantasía.

- **Diseño de instrumentos de mandos:** pantallas de relojes digitales, de teléfonos móviles, de cámaras digitales, y otros aparatos.

El Licenciado en Diseño Gráfico es un profesional capaz de responder a las necesidades que plantean las empresas modernas en el área de sus comunicaciones visuales. Posee la habilidad de diseñar estrategias comunicacionales que permitan definir, concretar y evaluar diseños de imagen corporativa y publi-

citaria, mediante el análisis de medios, costos, modalidades y efectos de cada campaña. Esta profesión, guiada por principios éticos, le permite desenvolverse con idoneidad en los más exigentes ámbitos laborales regionales, nacionales e internacionales.⁴⁸

Francisco Arce en su libro *Historia de las Profesiones en México* nos explica:

El profesional egresado del programa educativo de Licenciado en Diseño Gráfico será capaz de:

- Implementar proyectos gráficos profesionales sustentados en los métodos y fundamentos del diseño para su reproducción en diversos medios.

- Elaborar propuestas gráficas fundamentadas en el análisis creativo, funcional, psicológico y semiótico de las necesidades del mercado.

- Determinar conceptos visuales para transmitir mensajes al mercado a través de los medios masivos de comunicación.

- Diseñar proyectos gráficos profesionales, orientados estratégicamente a negocios.⁴⁹



Alex Bruda. (2009)

48. Licenciado en Diseño Gráfico (n.d.). Consultado el 29 de Enero de 2008, <http://www.estudia.com.mx/files/lic-diseno-grafico.pdf>
49. ARCE, Francisco. (1991) *Historia de las profesiones en México*. México. Ed. SEP. Colegio México. pp. 58 y ss.

2.7 La fotografía en el ámbito del diseño gráfico

2.7.1 Importancia e injerencia de la fotografía en el diseño gráfico

En la actualidad la fotografía se hace cada vez más necesaria en la creación de publicidad y de otros medios gráficos como complemento para crear diseño, ya que no solo basta la información y el mensaje que se quiera sino también se necesita una imagen que impacte y llame la atención del público.

*“Una imagen tiene que ceder ante la necesidad de la comunicación, aquí el autor no se refiere a que la fotografía es solo una imagen si no que debe tener un propósito. El satisfacer una necesidad de comunicación, por lo mismo aquí se hace una interacción de la fotografía con el diseño grafico”.*⁵⁰ (HURLBURT,1986)

También comenta por lo tanto que tenemos “foto/grafía” palabra utilizada por primera vez por Sir John Herchel para describir un proceso inventado por William Henry Fox, quien inventó las raíces de la revolución visual, por lo que Sir Herchel combinó las palabras griegas “*phos*”, significa luz y “*graphos*” quiere decir dibujo (dibujo con luz)⁵¹

Actualmente las fotografías representan de modo excepcional el mundo real que nos rodea, una ilustración puede resultar bella, un icono, significativo; pero ninguno de estos elementos causa tanto impacto visual en el espectador como una fotografía adecuada al tema.

En esta época el avance de la tecnología se hace cada vez más necesario para la vida diaria por lo que el diseñador con ella va adquiriendo nuevas formas de hacer diseño por el uso de los programas de retoque de imágenes es posible modificar el aspecto de una fotografía, aplicarle filtros, realizar montajes, etc.

Con ello se consiguen magníficas composiciones que permiten complementar en gran medida el mensaje que se desea transmitir.

Además, con el abaratamiento de las cámaras fotográficas digitales es posible hacer cientos de fotografías sobre un mismo tema por un precio minúsculo, lo que va a permitir al diseñador elegir aquella o aquellas que mejor se adapten al trabajo que tiene entre manos.

Cuando se trata de crear un estilo de época o clásico, por ejemplo, las imágenes en blanco y negro son perfectamente apropiadas. Las impresiones en sepia o coloreadas a mano, que estuvieron en boga antes de la llegada de la fotografía en color, se pueden usar para dar un aspecto clásico y distintivo. Y desde un punto de vista más actual, la fotografía en blanco y negro aporta un toque distintivo y único a una composición, estos efectos pueden crearse partiendo de una fotografía en color, retocándola posteriormente en un programa gráfico como Photoshop o Paint Shop Pro.

Por otra parte, las fotografías en color pueden utilizarse para remarcar un estilo de diseño, para definir un mercado, para exagerar las cualidades naturales, etc. Además, es posible realizar sobre ellas tal cantidad de operaciones de retoque que los resultados posibles son casi infinitos.

El último control sobre el aspecto de la fotografía recae en el diseñador, quien debe definir la forma, tamaño y proporción adecuadas para cada diseño concreto, no es lo mismo un proyecto de cartel para una pared en la calle donde puede usarse sin problemas una fotografía de gran tamaño para impactar a los espectadores, que una página web, en la que una fotografía de tamaño y calidad excesiva puede aumentar en exceso la descarga de la página.

La fotografía y el diseño gráfico van de la mano por que ayudan a comunicar algo complejo de una manera tal que se vuelva sencilla para el público a la que va dirigido con tan solo verlo.

En nuestra actualidad ya no es solo importante impactar con una simple imagen, si no que hay que trabajar conjuntamente con las nuevas tecnologías y fusionarlas por el contaste bombardeo de publicidad.

Pedro Meyer (2001) dice: “*hoy en día de pueden hacer muchas cosas con al imagen, desde el punto de vista creativo, al punto que uno tiene la posibilidad de jugar y experimentar para a explotar posibles resultados como nunca antes*”⁵², analizando esto, podemos pensar que en esta época en la que la publicidad de hace más necesaria se deben hacer muchas cosas con tan solo una imagen y usando nuestra creatividad y que con ellas se pueden crear nuevas formas para que ayuden a facilitar y hacer llegar el mensaje al público.

50. HURLBURT, Allen. (1986) *Diseño foto/grafico: Interacción del diseño con la Fotografía*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, p. 12

51. Ibid. p. 16

52. MEYER, Pedro. (2003) *Fotografía. México*. Ed. Museo de Arte Moderno. pp. 32 y ss.

Hay que tener en cuenta que el diseño y la fotografía en sí para poder entender y poder lograr a cubrir una necesidad, hoy en día en este mundo tan competitivo se tiene que recurrir a crear estrategias más severas para la publicidad que incluyen a ambas con el fin de lograr ventas y más logros en la publicidad.

Finalmente se puede decir que la fotografía y el diseño gráfico son importantes medios de comunicación porque ayudan a crear de una manera fácil, la transmisión de ideas y una solución de diseño para la creación de nuevas formas para atraer al público y solucionar la necesidad que se requirió dicho servicio o producto.

2.7.2 La aplicación de la composición fotográfica en el diseño gráfico

Debemos considerar, que cada elemento que elija está cargado de un alto potencial significativo desde el punto de vista visual y que, manejándolo adecuadamente, se puede hacer que llegue a constituir una sólida base de comunicación dentro del mensaje en función de la forma, tamaño, ubicación, etc. Porque experimenta en su significado pequeñas variaciones que el diseñador debe tener en cuenta constantemente a lo largo de todo su trabajo creativo.

El diseñador debe elegir y seleccionar continuamente la información aportada por cada uno de los elementos gráficos, que en muchas ocasiones se presentan cargados de excesos de significación gráfica, o como ocurre otras veces, hay que potenciar significativamente los elementos, ya que en estos casos aportan una información visual débil.

En el diseño gráfico debemos tener en cuenta que cada elemento gráfico tendrá una función específica, sin interferir en importancia y protagonismo a los elementos restantes. Se debe, pues, analizar detenidamente uno a uno los elementos que se hayan seleccionado, para poder constituir el diseño de un todo en donde cada uno de los elementos gráficos de que se tenga, posee una función específica, sin interferir en importancia a los elementos restantes.

Cuando se compone una fotografía que pretenda ser algo más que una instantánea de un hecho, es decir, cuando se pretenden transmitir sensaciones o resaltar ciertos mensajes con una fotografía es preciso conocer cómo funcionan estos mecanismos de la percepción del ser humano de cara a aplicar las técnicas oportunas para transmitir lo que deseamos. En cierto modo, se puede decir que la composición es como un lenguaje subliminal para transmitir sentimientos a través de las imágenes.

Finalmente se puede decir que la fotografía y el diseño gráfico son importantes medios de comunicación porque ayudan a crear de una manera fácil, la transmisión de ideas con una imagen y una solución de diseño para la creación de nuevas formas de atraer al público y cubrir la necesidad que requiera dicho servicio o producto.



Scott Pollard (2008)

2.8 Planeación del storyboard para la composición fotográfica.

2.8.1 Definición

El *storyboard* (literalmente “tabla de historia” es un bosquejo de una película o corto cinematográfico que por lo general se dibuja y colorea a mano y sirve como referencia para la primera puesta en imágenes.

El proceso para un *storyboard*, fué desarrollado en el estudio de Walt Disney durante principios de los años treinta, después de mucho tiempo de procesos similares, en Disney y otros estudios de animación, el *storyboard* se hizo popular en la producción de películas de acción viva durante principios de los años cuarenta.⁵³

Un *storyboard* nos ayuda a:

- Definir la estructura de una historia dentro de los recursos disponibles y el tiempo.
- Organizar y enfocar una historia.
- Establecer qué medio usar para cada parte de la historia.

Un *storyboard* es esencialmente una serie grande de viñetas de la película o alguna sección de la película producida de antemano para ayudar a los directores y los cineastas a visualizar las escenas, incluyen instrucciones o apuntes que sirven a que el equipo de trabajo desarrolle el proyecto dentro de un plan ya establecido. Gracias a este elemento, se puede desglosar y segmentar su filmación sin seguir estrictamente el orden lógico de la trama.

En un entorno clásico fotográfico, el *storyboard* se usa como una herramienta visual que constituye el boceto de un guión, constituyendo una visualización del guión técnico en forma de cómic y cada viñeta corresponde a una toma fotográfica determinada.

En el mundo multimedia la acción no es lineal. El *storyboard* es un diagrama de escenas con indicaciones de las posibles rutas que se pueden seguir en la navegación por la aplicación.

53 DIEZMARTINEZ Guzmán, Ernesto. (2006) *Pequeño glosario de la pedantería cinéfila*, En Producción Digital, Consultado el 4 de abril de 2008. El Guión Multimedia <http://webcache.googleusercontent.com>

2.8.2 Elaboración y utilización

En la creación de una película con cualquier grado de fidelidad a una escritura, un storyboard proporciona una disposición visual de acontecimientos tal como deben ser vistos por el objetivo de la cámara. En el proceso de *storyboard*, los detalles más técnicos complicados en el trabajo de una película pueden ser descritos de manera eficiente en el cuadro (la imagen), o en la anotación al pie del mismo.

La elaboración está en función directamente proporcional con el uso: en publicidad a menudo es mucho más general para que el director y el productor aporten con su talento para enriquezcer la filmación, mientras que en cine es mucho más técnico y elaborado para que sirva de guía a cada miembro del equipo de trabajo. También podemos encontrar storyboard llenos de color o en blanco y negro, lleno de detalles o simplemente trazos que esbozan una idea de figuras.

El *storyboard* es un esquema gráfico que nos permite organizar una historia así como las partes en que ésta se encuentra dividida.

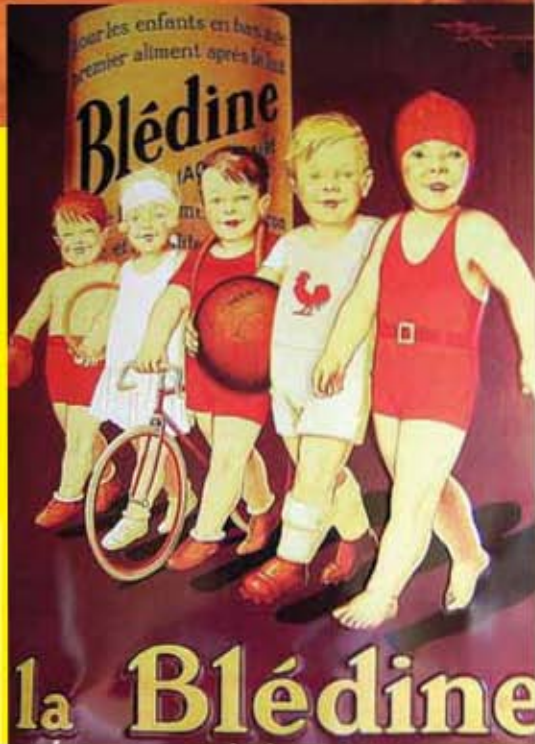
El guión es un elemento clave en el proceso de producción:

- El *storyboard* puede servir para enseñar al cliente y que éste apruebe la línea, antes de seguir con el desarrollo del proceso.
- La corrección de los problemas en el *storyboard* es menos costosa que en estadios más avanzados.
- Un *storyboard* detallado puede significar un ahorro de tiempo en el proceso de escritura.
- Ayuda a ver la estructura general del contenido de la aplicación y ver su magnitud.

En el caso que el producto multimedia incorpore algún elemento audiovisual, éste debe ser un guión independientemente.

CAPÍTULO III

El Contexto



3.1 El cartel

3.1.1 Antecedentes

El origen del cartel se remonta más allá del siglo XIX, este medio informativo era conocido como “*panfletos*” o “*bandos de ordenanza*”, pues se colocaban en las paredes de las plazas públicas, para ser vistos por el pueblo y de esta manera ser advertidos de las nuevas obligaciones, leyes o impuestos que distaba algún rey o gobernante, de igual manera para anunciar algún espectáculo que podría presenciar la gente.

Para buscar una raíz al cartel, es necesario remontarnos a la generalización de la imprenta a partir del siglo XV, con la impresión tipográfica, después por la reproducción litográfica, ya que sirvieron de fundamento tecnológico a este medio de comunicación, puesto que viene derivado de las hojas volanderas y otros escritos comerciales de la primera edad de la prensa.

El cartel en sus inicios fue meramente publicitario y de comunicación, porque fue desarrollado por los pintores de la época, es por eso que, la mayoría, más que anuncios parecían pinturas murales. Por otro lado, la litografía, inventada por el austriaco Alois Senefelder en 1798, fue decisiva en esta materia, esta técnica fue al principio demasiado lenta y costosa para la producción de los carteles, la mayoría de los carteles fueron producidos en bloques de madera (xilografía) o grabados del metal con poco color o diseño.

El desarrollo del proceso litográfico de tres colores de Chéret abrió una brecha que permitió que los artistas alcanzaran cada color del arco iris con tan sólo tres piedras generalmente rojas, amarillas y azul; impresas en un registro cuidadoso, aunque el proceso era difícil el resultado era con una intensidad notable de color y textura, con sublimación de las transparencias y matices imposibles en otros medios. Esta capacidad de combinar palabra e imagen en un formato atractivo y económico hizo que el cartel litográfico tuviera una innovación de gran alcance, por eso Chéret es conocido como el “*Padre del Cartel*”.

Los primeros beneficiarios del nuevo sistema son los libreros y editores, que empiezan a publicar carteles litográficos promocionando las novedades editoriales con dibujos de los propios artistas encargados de ilustrar los libros.

*“En 1869, cuando Chéret crea “Bal Valentino”, un cartel donde se ve la composición sobre el uso de tipografía e imágenes, su importancia radica entre otras cosas, en utilizar su talento para representar y hablar el lenguaje popular de su época, así como también en su enseñanza a los jóvenes artistas que el cartel debe estar hecho en una especie de taquigrafía naval, el mensaje se debe transmitir de manera directa y sencilla”.*¹ (Barnicoat,2007)

Durante la primera mitad del XIX, las calles de las grandes ciudades tenían una configuración urbanística que permitió la presencia de numerosos paseantes, frecuentemente en los bulevares, los centros de ocio y comercio, por lo que fue favorable para los publicitarios, que comenzaron a sacar sus anuncios a las calles y plazas. Cuando el cartel apareció, su presencia fue un elemento decorativo más en las paredes de la gran ciudad, los pliegos de gran tamaño y colorido llamaron la atención de los urbanitas, testigos privilegiados de ese medio de promoción que integro texto e imagen con tan gratos resultados artísticos.

Durante el 1890, en plena “Belle Epoque” (Bella Época), en Francia, la afición por el cartel estaba en plena floración y en 1891, el primer cartel de Toulouse-Lautrec’s, “*Moulin Rouge*”, elevó el estado del cartel al la categoría de arte.

En 1894, Alphonse Mucha creó la primera obra maestra del Art Nouveau, el estilo florido de Mucha nace en París cuando una noche fue presionado para producir un cartel para la actriz Sara Bernhardt, con influencias de los pre-rafaelistas y del arte bizantino, este estilo domino las calles parisinas durante los diez años siguientes convirtiéndose en el principal movimiento decorativo internacional de arte hasta la Primera Guerra Mundial.

Respecto al diseño que se usaba en los carteles, cada país dedicaba mas atención a un estilo por ejemplo: los carteles holandeses fueron marcados por un orden lineal, los italianos por el drama y escala, los alemanes a su franqueza y medievalismo, aunque el Art Nouveau continuo avanzando fue perdiendo dinamismo con la imitación y repetición

El cartel fue introduciéndose lentamente en otros países, acelerando su popularidad, ya que en cada país era el protagonista de todo evento cultural y social. En Francia, el culto al café era omnipresente; en Italia la opera; en España las corridas de toros y festivales; en Inglaterra con la literatura, los productos para el hogar y ferias comerciales; así como en América fue en los circos.

1. BARNICOAT, John. (2007) *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona. 8a reimpresión, Ed. Gustavo Gili. pp. 21 y ss.

Con la muerte de Toulouse-Lautrec y el abandono del arte del cartel por Mucha y Chéret puesto que ambos volvieron a la pintura, Francia se llenó de un vacío durante el nuevo siglo, pero el cual llenó por un joven caricaturista italiano llamado Leonetto por el ilustrador Cappiello, que llegó a París en 1898.

Influenciado fuertemente por Chéret y Toulouse-Lautrec, Cappiello rechazó el detalle quisquilloso del Art Nouveau, en su lugar se centró en crear una imagen simple, a menudo chistosa o extraña, que cautivaría inmediatamente la atención y la imaginación del espectador callejero.

Barnicoat comenta: *“Su cartel del ‘Ajenjo’ de Maurin Quina en 1906, diablo verde pistacho en un fondo negro con tipos de palo seco en bloque, marcó la maduración de un estilo que dominaría el arte parisino del cartel hasta el primero de Art Deco de Cassandre en 1923; esta capacidad de crear una identidad de la marca de fábrica estableció a Cappiello como el padre de la publicidad moderna, es autor entre otros famosos carteles, de los de Cinzano”.*²

Los artistas que trabajaban en la escuela de Glasgow de Escocia, la Secesión de Viena de Austria, y Deutscher Werkbund de Alemania transformaban el espíritu modernista del Art Nouveau, por lo que estas escuelas rechazaron la ornamentación curvilínea y a cambio aceptaron la estructura rectilínea y geométrica basada en el funcionalismo.

La evolución del cartel en la segunda mitad del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX tuvo lugar en sincronía estética con los diferentes estilos que dominaron sucesivamente a las artes plásticas de cada periodo, y por ello el cartel se convirtió en un eco divulgador de cada uno de los estilos plásticos predominantes en cada momento.

Es así como desde Chéret define el lugar del cartel en las calles, puesto que fue creado con el fin de anunciar eventos, ya fueran culturales o creativos al igual que productos, servicios, etc., todo aquello con lo que se pudiera comerciar.

Los años 20 supusieron una verdadera revolución para el cartelismo, que pasó de ser una actividad propia de los pintores a ser obra de los nuevos diseñadores gráficos, unos profesionales surgidos de la experiencia racionalista de la Bauhaus alemana en el campo de las artes aplicadas

Satúe explica que los diseñadores gráficos eran técnicos de la forma y del color en las artes icónicas aplicadas que concebían su actividad como inseparable de los procedimientos técnicos de impresión, de manera que el cartel dejaba de considerarse un producto artístico para convertirse en un medio técnico comunicativo. Esta actividad se enriqueció con las aportaciones a la psicología de la percepción por parte de la escuela de la Gestalt, con la exploración de los símbolos del subconsciente por parte del psicoanálisis de Freud y con la emergencia en Estados Unidos de la *“Mass Communication Research”*, disciplina orientada al estudio de los efectos de las comunicaciones de masas sobre sus audiencias. De este modo, el cartel escapó del campo tradicionalista de las Bellas Artes, generado por un acto de inspiración individual, para convertirse en un calculado medio de comunicación social eficaz.³

A partir de lo antes mencionado, podemos determinar que el cartel es una forma de publicidad gráfica, cuyo fin es el de comunicar de manera rápida y directa una idea. Su vida es efímera y su hábitat es la calle, la exhibición pública; es necesario que el mensaje sea expresado en un lenguaje coloquial para ser captado por todos los miembros de la Sociedad, los cuales son espectadores y en muchos casos también comunicadores.



Jules Chéret 1872 / Jules Chéret Museum, Niza

2. Ibid.

3. SATUÉ, Enric. (1995) *El Diseño Gráfico. Desde sus orígenes hasta nuestros días*. Madrid. Ed. Alianza. p. 77



3.1.2 Definición

Teniendo en cuenta la historia del cartel vemos que siempre fue un medio gráfico de comunicación, porque al fin y al cabo su misión era comunicar algo: una publicidad, un mensaje, una ideología política, etc.

Por eso existen muchas definiciones sobre el cartel las cuales son las siguientes:

*“El cartel es un medio de comunicación visual, que llega al público en forma rápida y directa, sintetiza una idea por medio de imágenes sencillas y textos breves y la presencia de colores atractivos, que se apoderen de la mirada del que pasa para concentrar un instante su atención y transmitirle un mensaje”.*⁴

*“Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos cortos”.*⁵

*“Un grito en la pared, que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a adoptar la conducta sugerida por el cartel”.*⁶

*“Los carteles son materiales gráficos, cuyas funciones son enviar distintos mensajes al espectador con el propósito de que sea captado por éste, lo recuerde, y luego actúe en forma concordante a los que fue sugerido”.*⁷

*“Es un golpe visual que penetra en los sentidos y crea sensaciones solo con captar la atención del individuo por unos segundos”.*⁸

Con las definiciones anteriores puedo decir que el cartel es un medio de expresión que ha evolucionado con la sociedad y la cultura, por lo tanto, además de su función de comunicación temporal y su uso ornamental, puede ser considerado como un documento en donde quedan plasmados la historia y el desarrollo de la sociedad que lo gestó.

Los buenos carteles poseen un gran atractivo visual y fuerza emotiva, es por esto que lo vuelven uno de los medios de comunicación de mensajes más eficaces: esta comunicación puede establecerse con personas, instituciones, familias, etc. Son empleados en la política, el comercio, la educación, la industria, la salud, etc., y como es un medio eficaz de comunicación, se debe planear, realizar y saber difundirlo.



Josep Renau. Cartel para una corrida de toros (1935)

4. CHÁVEZ, Esteban. (2002) *Manual para la elaboración de carteles*. México, Ed. Instituto de la Comunicación Educativa. p. 7

5. BARMICOAT. Op. Cit., p. 35

6. FERNÁNDEZ, Ricardo (n.d.). *El cartel, breve historia*. En: Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo (UCLM) consultado en el 2007, <http://www.uclm.es/profesorado/Ricardo/Cartel.htm> .p. 1

7. GUBERT, Román. (1997) *Medios icónicos de masas*. Madrid. Ed. Historia 16. p. 54

8. ALBOROZ, Arturo de . (n.d.). *Ensayo sobre El Cartel*. Parte III, Medios publicitarios y Publicidad .Consultado el 2007. <http://www.knowhow.com>

3.1.3 Elementos formales

Antes de nada hay que mencionar tres circunstancias que definen la esencia del cartel: la reproducción masiva de copias, la interrelación de texto e imagen, y el gran tamaño del pliego de papel, cartón, tela o material plástico que sirve de soporte a ese mensaje, y como dice Martín Durán: “*el cartel es exhibido y compartido en el espacio público, ya debemos olvidar que el propósito fundamental del cartelismo no es el arte, sino la publicidad, la propaganda y la comunicación del lenguaje*”.⁹

Desde un análisis comunicativo, el cartel tiene una intencionalidad, sin embargo, la principal función es el de transmitir un mensaje a través de un código, ya sea lingüístico o no, mediante recursos artísticos y retóricos de la comunicación.

Para entender mejor como participan cada uno de los elementos que integran un mensaje en este medio, consideraremos dos grandes aspectos:

Elementos Psicológicos: son los que dentro del mensaje estimulan al espectador para que se oriente hacia lo que se pretende en dicho mensaje, su intención es causar el impacto para que perdure el mensaje.

Elementos físicos: son aquellos que constituyen un arreglo o tratamiento estético y atractivo visual, los que provocan este tipo de atención son:

- Imagen -

La imagen debe ser una síntesis que resuma la idea a la mínima expresión gráfica, sin dejar de ser clara y significativa. Son poco recomendables las simplificaciones exageradas, así como el abuso de abstracciones, debido a que presentan dificultades para su comprensión o decodificación del mensaje, y en consecuencia, el número de observadores que entiendan el mensaje se reducirá. La imagen en un cartel está constituida por formas, que desde nuestro punto de vista, pueden ser básicamente: naturales, geométricas o abstractas.

- Imágenes Naturales:

Son las representaciones totales o parciales de la figura humana, de los seres vivos o de las cosas que nos rodean (escritorio, pluma, cuadro, lámpara, etc. Las formas naturales por lo general provocan mucho la atención de las personas.

- Formas Geométricas:

Son tan importantes como las naturales, pues se identifican fácilmente. Pueden ser simples o compuestas y no exigen gran esfuerzo perceptivo de quien las observa

- Formas Abstractas:

No tienen relación aparente con el mundo objetivo que nos rodea. Son imágenes que han sido usadas simbólicamente en un estilo de expresión muy personal del autor. Exigen una mayor participación de quien las observa. Estas imágenes corren el riesgo de que el significado que le dé el observador no sea el que le dió el realizador. Por lo tanto, es recomendable usarlas sólo si se está seguro de que el nivel de interpretación de los observadores es suficiente para su comprensión.

En cuanto a su elaboración, las imágenes que se aplican al cartel pueden ser: fotográficas o dibujadas. Las imágenes fotográficas a su vez pueden ser de dos tipos: normal o con efectos. La fotografía ha sido poco utilizada por los cartelistas, sin embargo, las nuevas técnicas fotográficas han proporcionado un campo ilimitado para la creación de imágenes originales y llamativas. Se identifica como imagen normal aquella que ha sido captada en la realidad sin ningún artificio de laboratorio. Este tipo de imagen no resulta tan atractiva como otras que veremos a continuación. Las imágenes con efectos son las que se elaboran en el laboratorio y su atractivo depende de la dedicación del creador. Estas son más apropiadas para el cartel.

Las imágenes dibujadas son preferidas por las personas que realizan los carteles y parece ser que también por el público en general; tal vez esto se deba a la originalidad de las imágenes.

El dibujo que se usa actualmente tiende a ser más sencillo que los primeros carteles que se hicieron en el siglo pasado, tienden a sintetizar los elementos que lo integran; esto exige del realizador gran imaginación y creatividad. Los tipos más usuales de dibujo aplicados al cartel son:

- El dibujo real: Se caracteriza por estar apegado, tanto los objetos como los sujetos, a la realidad. Es poco recomendable porque requiere mucha elaboración y no provoca tanto la atención.

- El dibujo caricaturizado: Es más adecuado, pero hay que usarlo con moderación y buen gusto. Por ejemplo, no hay que usar situaciones negativas como la ridiculización, los objetos repugnantes, y escenas dramáticas o hirientes.

9. MARTIN, Durán, J. Miguel. (2009) *Funciones de comunicación en el cartel de diseño*. España. Ed. Itakkus. p. 7

- El dibujo estilizado: Generalmente busca la simplificación de los detalles, este tipo de dibujos es el más usual, pues pretende crear formas nuevas que llamen la atención y el interés. La estilización no es recomendable si ésta lleva al observador a la pérdida del significado.

No olvidemos que la imagen en un cartel no es un fin en sí misma, sino un medio para llegar al fin propuesto, que es la comunicación y fijación del mensaje.

- Texto -

Cumple una doble función en el cartel, refuerza el mensaje implícito en la imagen y es en sí mismo un elemento importante en la composición que ayuda a dar la impresión de equilibrio. Este elemento del cartel debe cuidarse tanto en la redacción como en el tipo de letra, tamaño de la misma y su colocación.

La redacción no debe ser muy extensa, sino más bien debe ser un destello al observador que la visualizará en segundos. Dicho en otras palabras, para que la percepción sea rápida los textos deben ser cortos, directos y claros, buscando al igual que la imagen, comunicar el mensaje con el mínimo de elementos, sin utilizar palabras o frases largas. Hay que buscar el texto que mejor transmita el mensaje. En algunos casos un texto interrogativo puede ser el centro motivacional de un cartel. Tampoco debemos olvidar que su redacción estará determinada por el nivel cultural y social de las personas a las que irá dirigido el mensaje.

Dentro del elemento texto existen dos tipos: el encabezado y el pie.

-Encabezado: sirve de título al cartel, es el primer elemento del texto que llama la atención de las personas; se debe escribir con letras de mayor tamaño que las del pie, y con una, dos o tres palabras a lo sumo.

-Pie: tiene como función clarificar y profundizar en el mensaje, da los detalles y globaliza la información. Para su interpretación es necesario que el observador se acerque al cartel. Su extensión varía dependiendo de las necesidades del mensaje, pero se recomienda que la redacción sólo incluya lo elemental.

El tipo de letra es también un elemento importantísimo, pues a través de ésta podemos transmitir significados emotivos y sentimientos; combinada con la imagen pueden resultar más impactante en su mensaje global. Por ejemplo, una letra suave o adornada tal vez no armonice con una ilustración industrial.

- Color -

Es otro aspecto relevante del cartel, para éste hay que seguir ciertas reglas: usar pocos colores; aplicar los colores planos, sin matices, usar fondos contrastantes y usar colores claros. Los contrastes pueden hacerse recurriendo a la combinación de los colores complementarios (por ejemplo: violeta y amarillo) o a los armónicos (por ejemplo: bermellón que sale del rojo y amarillo). La combinación de colores armónicos se perciben de una manera más relajada, en cambio; la combinación de colores complementario es percibida como más agresiva.

- Tamaño -

Deberá considerarse, pues dependiendo del lugar en que estará colocado y la distancia en la que pasarán los que lo observen, determinará sus dimensiones, pero no existe una medida estándar propiamente dicha, sin embargo, los carteles, debido a los tamaños de los pliegos manejados en nuestro país suelen ser:

4 cartas 56x43 cms
4 oficios 68x43
8 cartas 86x56
8 oficios 86x68
Comercial 60x90
Parabuses 120x180

Este tipo de medidas son las más recomendables pues están en función de las medidas comerciales del papel, con lo cual se evitará el desperdicio.

La composición es tan importante como las anteriores. Se refiere a la distribución de los elementos, tanto las figuras como los textos, en el área utilizable del papel. La composición debe buscar el equilibrio y la armonía, no sólo en lo referente a la imagen, sino también en cuanto a colorido y estética.

El mensaje debe estar compuesto de forma integral, como si fuera una unidad perfectamente equilibrada.

El último elemento a considerar en el cartel es el formato. Existen dos tipos: el vertical y el horizontal. El primero es el más usado y al segundo se le conoce también como apaisado. La selección de una u otra forma dependerá en gran medida de las intenciones del mensaje y de la estética o composición.

3.1.4 Tipos de cartel

En su ensayo Ricardo Muñoz propone que los carteles de acuerdo a su uso se clasifican en: promocionales, decorativos, políticos, educativos, etc.; sin embargo se engloban en dos tipos que son:

- Informativos: -

Estos están planeados para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos, etc. Este tipo de carteles pueden ser presentados sólo con texto, para lo cual se recomienda letras grandes sobre fondo de color contrastante. Los textos deberán proporcionar sólo la información indispensable. También pueden ser presentados con texto e imagen, para lo cual la información se proporciona acompañada de imagen que puede estar hecha a base de tipografía de sujetos, objetos o formas que acompañan textos cortos, que den solo la información necesaria.



Cartel Bial Cultural de Universidad de Puebla (2000)

- Formativos -

Se utilizan como un medio para propiciar el establecimiento de hábitos de higiene, salud, limpieza, seguridad, orden, etc. También se usa para propiciar actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc. En este tipo de cartel la imagen tiene preponderancia sobre el texto, el mensaje es expresado gráficamente en forma clara y sólo se apoya en un corto texto, que dé énfasis a la idea sugerida.

Usado adecuadamente en la promoción de la salud, puede convertirse en un magnífico recurso para evitar las enfermedades, los accidentes y promover los hábitos higiénicos.¹⁰



Cartel de lucha contra la droga (Madrid, 2005)

10. FERNÁNDEZ, Ricardo (n.d.). *El cartel, breve historia*. En: Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo (UCLM) consultado en el 2007, <http://www.uclm.es/profesorado/Ricardo/Cartel.htm>, p. 1

3.1.5 Composición del cartel

La composición es el proceso más importante en la resolución del problema en el cartel, porque será el resultado final de la conjunción de elementos que darán un significado y propósito, los cuales serán interpretados por el espectador, deberá cumplir el propósito para lo que será diseñado, ya sea vender, informar, decorar, o cualquiera que esta sea.

No existen reglas absolutas en la composición visual, el acomodo de formas, elementos y colores depende de lo que se busque transmitir, sin embargo la inexistencia de dichas reglas no priva el tener un conocimiento para ordenar de una manera ordenada los elementos y obtener el resultado deseado.

Los principios de diseño de carteles y demás anuncios son los mismos, a excepción en algunos casos la gran escala del cartel, sin embargo hay algunos requerimientos funcionales para la evaluación de la efectividad del cartel, como se verá a continuación:

- Punto de venta -

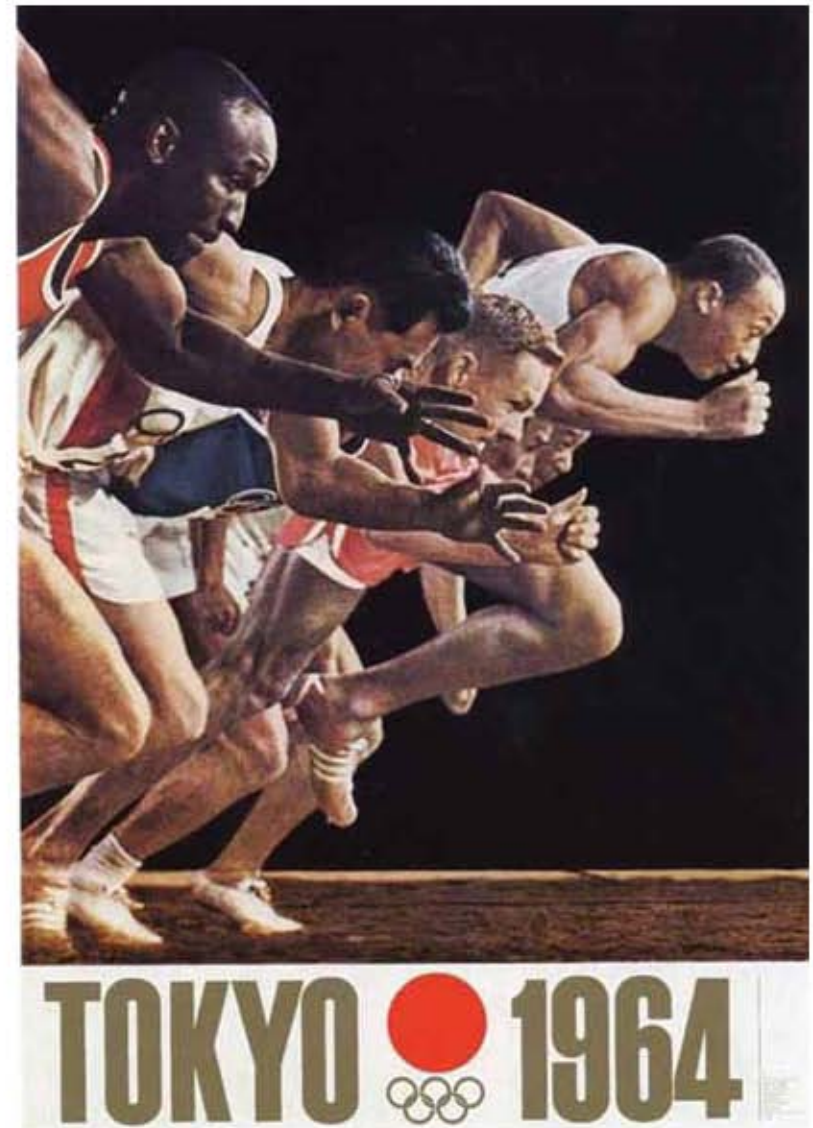
Éste no se refiere básicamente a la situación del cartel en la calle, sino más bien a la técnica utilizada para captar la atención del lector y grabar en su consiente o inconsciente una necesidad, debido a que la meta de un cartel es publicar, anunciar o vender algo. Por lo tanto el texto o la imagen deben provocar alguna reacción sobre el lector, ya sea con el uso de algún slogan ó utilizando alguna situación fuera de la cotidianidad.

Éste requerimiento de venta debe ser claro, conciso y convincente para su efectividad en el cartel.

- Simplicidad -

El uso de pocos elementos en el cartel no debe verse como una limitante en su creación, al contrario, debe tomarse como una medida obligatoria para obtener el mejor resultado. Erróneamente algunos creen que si un elemento logra un excelente resultado, ¿por qué no retacarlo con más elementos para reforzar el mensaje?.

La respuesta del porque la simplicidad logra más que un cartel con varias técnicas, diferentes tipografías, demasiados elementos, es simplemente que el mensaje no es tan complejo y es muy fácil de digerir.



Hityusaku Kamekura. Cartel para Juegos Olímpicos. offset (1964)

- Unidad -

La composición de diversos elementos sobre el cartel debe tener un significado en común para lograr la unificación del mismo. Esto se puede lograr fácilmente con un orden predefinido el cual no puede aceptar variaciones, todo esto para lograr la percepción de un elemento único y no de varios dispuestos sobre un papel.

- Balance -

La disposición de todos los elementos debe mostrar un equilibrio, ya sea siguiendo la simetría o la asimetría, con cualquiera de estas dos técnicas se puede lograr el balance en el cartel. El balance está basado en un criterio estético personal, la meta es disponer de todos los elementos de una forma creativa y dinámica.

- Elemento sorpresa -

Captar la atención del lector, no es tan fácil, hay varias formas para captarla, una de ellas es la conjunción de elementos conocidos por el lector pero con una realidad distinta a lo que ellos acostumbran, puede ser utilizado cómicamente, sarcásticamente o absurda para la retención del mensaje.

- Calidad del cartel -

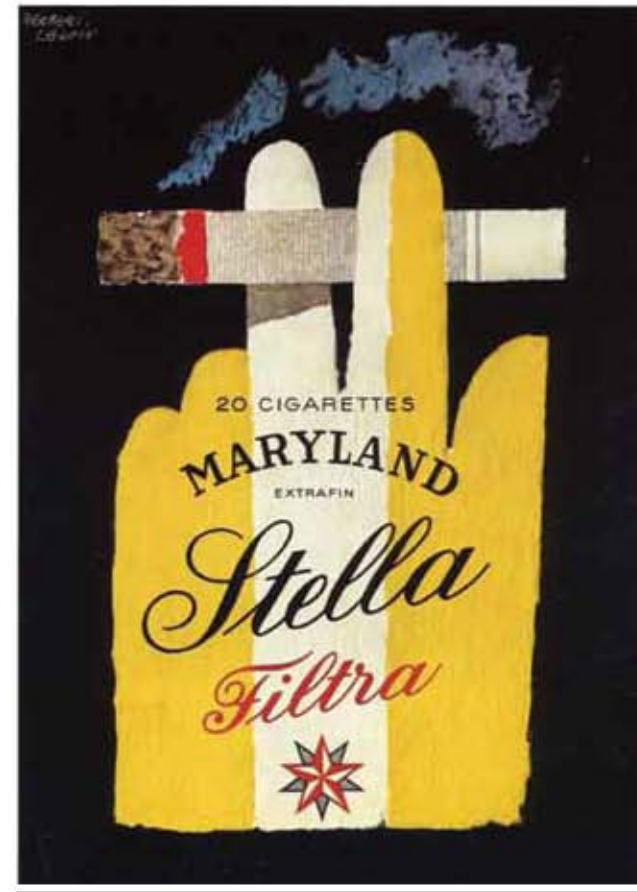
Al obtener todos los requerimientos funcionales del cartel, no hay que olvidarnos del punto final, de nada sirve tener simpleza, unidad, punto de venta o el balance si la calidad de impresión de éste, sea cual sea el método, deja que desear. Por ello es necesario cuidar hasta el último momento de la producción del cartel y no quedarnos con la idea de que sólo es suficiente una buena idea, la calidad sí importa para lograr su efectividad.¹¹ (GUBERT, 1997)

El equilibrio entre la relación palabra – imagen, refuerza el contenido del cartel y produce varios niveles de lectura.

Las palabras pueden reforzar la imagen utilizando un mensaje acorde a ésta o contradecirla, logrando resultados inesperados por el lector.

La conjunción de la imagen - palabra, pueden representar una sola lectura, sin la necesidad de separar una de la otra, o tener una primera lectura de la imagen y otra secundaria en el texto.

Un ejemplo que nos muestra Gubert sobre la excelente unión entre la imagen y el texto es el cartel para el American Institute of Graphic Arts de 1999 diseñado por Stefan Sagmeister.¹²



Herbert Leupin. cartel para una marca de cigarrillos. offset (1956)

11. GUBERT. Op. Cit., pp. 54 y ss.

12. Ibid. pp. 54 y ss



3.2 Brief del proyecto

3.2.1 Planteamiento

El hombre desde sus comienzos sintió la necesidad de expresar sus emociones y sentimientos y busco la forma de comunicarse a través de símbolos o en la comunicación no verbal y al pasar el tiempo la comunicación fue evolucionando en diferentes formas hasta llegar el punto donde se encuentran hoy en día.

David K. Berlo dice, *“al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con la intención de influir en nuestro entorno y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes”*.¹³

El proceso de comunicación presenta un planteamiento establecido por una lógica y continuidad, por lo que cada paso y elemento del proceso es una liga que lleva a la explicación del mismo.

La comunicación es un proceso por que se compone de múltiples componentes y requiere de un orden, por tal motivo adquiere su interpretación de proceso dinámico, por lo que los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

La comunicación Ferrer la ha definido como *“el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales”*.¹⁴

Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor, en el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio y cuando es recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Según Joan Costa: *“La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano”*.¹⁵

Los elementos básicos de la comunicación, la cual es interacción e intercambio de mensajes y actos, ya que el proceso tiene lugar en una situación y en un contexto, sus fases se desarrollan de acuerdo a un plan o programa.

“La comunicación es el área que le da razón de ser al diseño gráfico y representa el origen y objetivo de todo trabajo. Cabe resaltar dos características en cuanto a la comunicación : una la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencias de mensajes y comunicados y otra la importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano.

El hombre para comunicarse lo hace a través del lenguaje, que es la comunicación de un significado por medio de símbolos”¹⁶ (definición dada por Georgy Kepes).

En nuestro caso, con el lenguaje visual comunicamos un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales, este lenguaje tiene un campo de acción enorme haciéndose casi universal, ya que ignora los límites del idioma, del vocabulario y de la gramática.

La interpretación de un mensaje comprende dos niveles :

- Nivel semántico, denotado (lo que quiere decir)
- Nivel sintáctico, connotado (como seduce estéticamente al decirlo)

El circuito de la información está dado por los siguientes componentes:

Cada estructura se orienta hacia un objetivo en relación con el receptor (informar,



1. EMISOR 2.CODIFICADOR 3. MENSAJE 4.TRANSMISOR 5. RECEPTOR

13. BERLO, David K (2002) *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires. Ed. El Atenco, p. 23

14. FERRER, Eulalio (1997) *Información y comunicación*. México, Ed. Fondo de Cultura Económica. p.45

15. COSTA, Joan (1989) *Imagen Global. Evolución del diseño de identidad*. España. Ed. CEAC. p. 11

16. KEPES, Georgy (1976) *El Lenguaje de la Visión*. Buenos Aires. Ed. Infinito. p. 34

persuadir, hacer gozar), este objetivo implica una organización propia de los contenidos (los contenidos de información se proponen como “verdaderos”; los de persuasión como “buenos”, “justos” o “deseables”; los estéticos como “bellos” o “feos”). Tanto el objetivo como la organización semántica se corresponden con una organización formal que lleva implícita cuáles elementos entrarán en juego y cuáles no”.¹⁷

En esta estructura, la relación entre el usuario, el diseñador y el consumidor constituye un sistema independiente, convirtiéndose en un proceso de comunicación y de interacción, donde todos los elementos contienen un valor intrínseco dentro de este modelo.

Quien utiliza el diseño? quien lo establece?, como se materializa en objetos y mensajes?, como se introduce en un sistema social?, quien lo recibe y lo consume finalmente? constituyen los eslabones sucesivos de una verdadera cadena de comunicación y de su proceso.

Retomando el modelo de la cadena comunicacional de Shannon que describe Joan Costa especificando que cada uno de los componentes tiene una posición determinada en relación con los demás componentes, desarrolla un rol preciso y ejerce una función interactiva, entonces con este modelo se puede decir que se da un feedback o retroactivo, una interacción permanece entre los elementos de la cadena.¹⁸

En este modelo es donde el diseñador pasa a convertirse en intérprete intermedio y tendrá que demostrar su talento, una seria formación técnica, flexibilidad psicología, sensibilidad y un sentido creativo indispensable para combinar formas visuales

El diseñador ahora será un hombre dedicado a la comunicación, por lo que deberá operar soluciones en forma de síntesis expresivas, desarrollar un proceso de síntesis mentales y técnicas, de estrategias comunicativas, dando lugar a una respuesta a los requerimientos del usuario del diseño, del producto o del mensaje y de sus funciones, así como de las demandas y condiciones socioculturales de sus destinatarios.

Componentes y funciones de la cadena comunicacional

- EMISOR -

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, por lo que se encargará de iniciar y de conducir el acto de comunicación con su contenido, intercalando un proceso de codificación y decodificación en el espacio comprendido entre la emisión y la recepción del mensaje.

El emisor o usuario del diseño confirma en primer lugar la utilidad y la necesidad de recurrir al diseño en sus formas variadas, de los productos, los planes de producción. La comunicación, la formalización de los mensajes.

El usuario del diseño es, de un modo preponderante, todo tipo de organización, cualquiera que sea su ubicación, tamaño antigüedad, mercado objetivos o resultados financieros, así mismo cualquiera que sea su orientación mercantil, cívica, cultural o ideológica. Es un emisor activo.¹⁹

- CODIFICADOR -

Es, en términos de comunicación, el codificador de los productos y de los mensajes. Es quien ejerce una interpretación creativa de los datos de base relativos a un propósito definido y su puesto en un código inteligible. El código puede consistir en un mensaje de símbolos visuales, gestos, señales con las manos, lenguaje, escritura, etc. que puede o no requerir de ser decodificado por parte del receptor.

Como instancia ideológica, comprende los datos concretos capaces de caracterizar la forma en que se auto valúa a sus preceptores el diseñador o el grupo social del cual forma parte, además la manera en que tal atribución de valores se manifiesta en los diseños, en la selección de los temas y en la distribución de los mensajes, por que el diseñador regula los comportamientos humanos en función de las necesidades reconocidas como tales por un grupo social: necesidad de orientarse, vender, comprar, distinguir, aprender, informarse. Las reglas están en relación con dos actitudes básicas: indicar, identificar espacios o guiar ciertos comportamientos sociales, y sugerir o estimular otros.

- MENSAJE -

Es la información que el emisor desea transmitir al receptor, y que contiene los símbolos verbales (orales o escritos) y claves no verbales que representan la información que el emisor desea transmitir al receptor. El mensaje emitido y el recibido no necesariamente son los mismos, ya que la codificación y decodificación del mismo pueden variar debido a los antecedentes y puntos de vista tanto del emisor como del receptor.

17. COSTA, Joan (1989) Imágen Global. Evolución del diseño de identidad. España. Ed. CEAC. p. 11

18. Ibid.

19. Ibid.

El mensaje es el resultado material del diseño gráfico (del mismo modo que el objeto lo es del diseño industrial). Un mensaje gráfico es un conjunto de signos extraídos de un código visual determinado que son ensamblados según un cierto orden.

Costa explica: *“Por medio de estos signos y sus reglas combinatorias, se construye el sentido y el significado de la información, esto es, el mensaje propiamente dicho”*.²⁰

Según Berlo comenta: *“los mensajes son eventos de conducta que se hallan relacionados con los estados internos de las personas: garabatos en el papel, sonidos en el aire, marcas en la piedra, movimientos del cuerpo, etc. Son los productos del hombre, el resultado de sus esfuerzos para codificar, es decir cifrar o poner en clave común sus ideas”*.²¹

Los mensajes son la expresión de ideas (contenido), puestas en determinada forma (tratamiento mediante el empleo de un código).

El diseño gráfico trabaja con unos elementos simples que son los signos correspondiente estos a sus códigos. Las letras y textos en tanto que signos caligráficos, tipográficos, mecanográficos etc, pertenece a códigos lingüísticos, por otro lado las figuras y las imágenes corresponden a códigos icónicos.

Estos elementos se combinan en el espacio bidimensional del trabajo gráfico, según un cierto esquema mental, un razonamiento y que constituye el proceso de la búsqueda de soluciones, de síntesis, en un trabajo que coordina el pensamiento lógico y el impulso creativo con el método combinatorio.²²

El resultado del diseño es la conjugación de los objetivos y necesidades del usuario del diseño y sus intenciones precisas para obtener un satisfactor, así como las condiciones, en el que se precisan los fines, los medios y las premisas, se resumen los objetivos de trabajo, los datos estratégicos, técnicos económicos y temporales que inciden en el proyecto determinando la tarea del diseñador.

- TRANSMISOR -

Es el canal por el cual se trasmite un mensaje, este puede ser una conversación, un medio escrito, electrónico, etc.; no todos los canales poseen la misma capacidad para transmitir información, sin embargo todos forman parte de las mass media y por lo tanto se insertan en un contexto de comunicación. En este entorno el mensaje coexistiría con otros y competiría con ellos en una interacción donde los mensajes se imponen, se desarrollan y permanecen en la memoria social.

Los documentos formales (como gráficas o informes presupuéstales) tienen una capacidad de transmisión baja, una conversación personal tiene una alta capacidad de transmisión de información, ya que involucra tanto comunicación verbal como no verbal.

Los canales de comunicación pueden ser formales o informales. En la vida organizacional, los canales formales son aquellos como cartas, correos electrónicos, etc., en donde se transmite información sobre aspectos laborales. Los canales informales, por su parte, son las redes de comunicación que se llevan a cabo a través de interacción social, con preguntas, comentarios, etc.

- RECEPTOR -

El destinatario de las comunicaciones visuales (y de los productos) es generalmente un segmento social, un grupo notable más o menos cuantitativamente que ha sido definido previamente por sus características tipológicas, económicas, culturales, etc. El destinatario de los mensajes es de hecho el factor que retroalimenta el proceso de comunicaciones. Su capacidad de aceptar o rechazar la comunicación, de crearla o no, su aptitud por ser motivado o no por ella, constituye la energía retroactiva del circuito comunicacional.

Por eso es también el receptor que recibe el mensaje, y a su vez cierra el proceso de la comunicación mediante la recepción, decodificación y aceptación del mensaje que se transmitió y retroalimenta al emisor.

Pero para el receptor de mensajes (que también funge como el consumidor de los contenidos), el diseño tiene una realidad diferente de la que tiene para el usuario del diseño para el diseñador o el analista.

El receptor va a analizar la información y reconstruir el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida, y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado.



20. Ibid. p. 11

21. BERLO. Op. Cit., p. 26

22. COSTA. Op. Cit., p. 13

Con lo anterior se puede decir que la comunicación se da cuando el mensaje se formula, se transmite y es recibido, de hecho la mayoría de mensajes son concebidos y emitidos de acuerdo a la imagen o concepto que se tiene del receptor; este a su vez, recibe el mensaje de acuerdo a la imagen o concepto del emisor o que se forma a partir del mensajes recibido. El receptor decodifica el mensaje, sus actitudes y su nivel académico y social influirán en la interpretación que de este.

Por otro lado cabe destacar que el sujeto al comprender y conforme crece su conocimiento cada vez parece alejarse mas de su entorno del sujeto y de él mismo. Ya que la realidad sentencia que solo el mundo de las sensaciones es a la que puede acceder de manera directa e inmediata, estas sensaciones no están desprovistas de significación, aunque permanezcan en el inconsciente.

3.2.2 Planeación

Para la generación y estructuración del mensaje, se consideraron una serie de procesos, los cuales nos ayudarán a darle orden y forma, con el fin de cumplir el objetivo, así que basándonos en la cadena de Comunicación de Joan Costa se reafirmará aun más el aprendizaje por parte del receptor; es decir, queremos se apropie del mensaje a través de las propuestas presentadas.

Para comenzar este proyecto se tomo en cuenta que la Dulcería de Celaya (emisor) dentro de la gastronomía mexicana, conserva una gran historia, ya que es un negocio que continua haciendo dulces con las recetas originales de cada región de la República y de modo artesanal, lo que le ha dado desde hace más de un siglo un valor histórico. Pero a pesar de ello, la problemática que tiene es el no contar con una estrategia de diseño, para difundir y rescatar el significado del dulce mexicano dentro de nuestro país, a pesar de que este mangar tiene un folklor único y una expresión viva de nuestro México, ya que por generaciones, los artesanos de este negocio han mantenido y conservado el talento para seguir creando dichos dulces.

El objetivo principal de la Dulcería de Celaya es hacer un reconocimiento y valoración de los dulces mexicanos por parte de la sociedad mexicana como símbolo de identidad, tradición e historia, para poder seguir enmarcándolos dentro de una atmósfera de nostalgia y promocionando su esencia entre las nuevas generaciones mexicanas y el turismo internacional.

La planeación se inicia con la investigación y el análisis, los cuales ayudarán a determinar la estrategia creativa para proseguir en un camino adecuado y fortalecer el objetivo de la Dulcería de Celaya.

La investigación y la estrategia se centrarán en la detención del objetivo, para situarnos en una búsqueda de ideas que logren concretar la atención del receptor mediante la palabra y la imagen.

La recolección de información, permitirá indagar acerca del estado actual de la Dulcería de Celaya, con el fin de tener una visión clara y concreta, por lo que se propone sea vista a través de tres ejes:

- El conocimiento de la historia de los dulces típicos y el respeto al apego de las recetas originales.
- Apoyo a la Dulcería para la difusión y producción artesanal de los dulces mexicanos
- La tradición y folklor que cada dulce esconde.



Entrada a la Dulcería de Celaya. BIOP (2010)

Analizados los datos de investigación se comenzará a encauzar el proyecto hacia soluciones alternativas, es por ello que se plantearán diferentes soportes de comunicación para que el mensaje llegue al receptor entre los cuales destacaron: volantes, folletos, carteles o trípticos, siendo seleccionado el cartel porque como cita Chávez al inicio de este capítulo (p. 93) es un medio de comunicación visual, que llega al público de forma rápida y directa, por medio de imágenes y textos breves, que hacen captar la atención del receptor para transmitir el mensaje.

En este trabajo se pretenderá diseñar 3 propuestas de carteles, porque ayudarán a ejemplificar más el objetivo y con lo cuales pretendemos dar una variedad, cuando ya con la investigación plantear la temática que se plasmará sobre cada uno, pero al final queremos que los 3 lleven un fin en común, el de elogiar al dulce mexicano.

Las propuestas visuales estarán bajo una temática obtenida bajo un criterio resultante de la investigación, y que se desenvolverán estos carteles dentro de los parámetros gráficos en cuanto a tipografía, formato, retícula, fotográfica y color, porque con los elementos ya expuestos, consideraremos que cada código visual que se muestre en éstos, dará el aporte para que el mensaje se proyecte de manera óptimo y funcional, y así los dulces mexicanos al ser mostrados puedan aportarnos que son una mezcla perfecta entre tradición, tecnología, sabor y calidad, y el mensaje también sea aprendido por los receptores a través de las siguientes funciones:

-Reconocimiento:

Es una función en donde se pretende renacer la nostalgia en las personas que hayan gozado estos manjares, con el fin de que adquieran estos dulces y recuerden algún momento de su vida y reconozcan el valor que a pesar del tiempo los mantiene vigentes, ocasionado que esta gente transmita el sabor, olor, color de los dulces mexicanos al poder compartirlo con su seres querido y las nuevas generaciones.

- Didáctico:

Mediante los carteles se enseñara que México es un país con muchas tradiciones, y que cada tradición es dada para una festividad haciendo siempre al dulce presente, por lo que en cada uno se manejarán elementos de valor histórico y cultural, porque pro siglos se han mantenido como herencia de nuestro mestizaje.

- Persuasiva:

El mensaje que manejaremos en cada propuesta es con el fin de influir en el receptor para que valore el dulce mexicano y hacer que se adquiera como un elemento significativo de nuestra identidad tanto en México, como para el mundo.

Con todo lo rescatemos y proyectemos, también haremos un reconocimiento a la Dulcería de Celaya, la cual por el tiempo que ha permanecido en el Centro Histórico, la ha dado un carácter de mayor atracción social, económica, política y cultural, lo que le da a este negocio tan dulce, el valor histórico y de recuerdos ancestrales de lo que fue y sigue siendo nuestro México.

Por eso, la Dulcería de Celaya más que un negocio queremos sea un patrimonio cultural, ya que sus dulces y panes revelan muchas tradiciones y el nombre de cada golosina representa a hombres y mujeres que por años han seguido la costumbre de elaborarlos artesanalmente y continuar preservando su sabor, color y textura como tal.

Este dulce negocio, como muchos otros, son muestra de que México es un país con una variedad de expresiones artísticas y culturales que necesitan ser mas rescatadas, para que a través del tiempo sigan prevaleciendo vivas y su espíritu se sienta en cada uno de nosotros, para sentirnos aun mas orgullosos de ser mexicanos.



Interior de la Dulcería de Celaya. BIOP (2010)





CAPÍTULO IV

Memoria y desarrollo del proyecto



4.1 Fundamentación

Este proyecto lo ubicamos dentro de la metodología de Víctor Papanek, quien propone un Diseño Generalizador y establece que el diseño es el esfuerzo consciente para llegar un orden significativo, calificando a esta disciplina como intencionalidad consciente, con la cual puede resolver problemas que dependerán de la exactitud de las respuestas.

Las fases de esta metodología se asocian formando un dinamismo para solucionar la necesidad de la Dulcería de Celaya, con una organización para darle funcionalidad cada propuesta visual.

El desarrollo que se realizó y baso este proyecto consistió en las siguientes fases:

- MÉTODO -

En este trabajo, el cartel será nuestro soporte gráfico porque será nuestra herramienta de comunicación que contribuirá a que cada individuo reciba el mensaje mientras se localice en alguna parada o dentro de un transporte público, caminando o corriendo por las calles.

Para cada cartel se empezó con la búsqueda de un tema que pudiera tener relación con los dulces mexicanos, así como un valor social y que los sentimientos más profundos lleguen al pueblo mexicano, por ello, nuestro punto de partida se baso en las celebraciones en México, porque son momentos en que los mexicanos siempre disfrutamos y festejamos con armonía.

Dentro de las días más conmemorativos nos resultaron las siguientes fechas:

- 6 de Enero - Día de Reyes
- 2 de Febrero - Día de la Candelaria
- 18 d Marzo - Día de la Expropiación Petrolera
- 5 de Mayo - Día de la batalla de Puebla
- 16 de Septiembre - Día de la Independencia de México
- 2 de Noviembre - Día de los Muertos
- 20 de noviembre - Día de la Revolución
- 12 de Diciembre - Día de la Virgen de Guadalupe
- 24 de Diciembre - Día del Nacimiento del niño Dios o Navidad

De la lista anterior se estudio y delimito las fechas son más arraigadas en la vida del pueblo mexicano y sobre todo que tengan una forma tradicional por lo que nuestros resultados fueron las siguientes 3 celebraciones:

- 16 de Septiembre DÍA DE LA INDEPEDENCIA -

Porque es una celebración en la que México comenzó la lucha por su libertad (1810) ante la corona española, siendo una festividad máxima para la patria y en este día se hacen celebraciones cívicas realizando honores a la bandera, en las calles principales se organizan desfiles por donde marchan niños de diferentes de escuelas, y otros que representan actuando los hechos ocurridos en esa época.

- 2 de Noviembre DÍA DE MUERTOS -

Este día la gente acude a los panteones para adornar las tumbas de sus seres queridos, construyen en torno a la tumba o en casa, altares significativos, porque a través de imágenes, objetos, olores y sabores, hacen alegoría de cómo fue y que le gustaba la persona en vida.

Es más que una festividad donde se mezclan tanto la cultura prehispánica como la religión católica, así como el pueblo Mexicano puede mantener sus antiguas tradiciones vivas, dentro de éstas tradiciones se mezclan sentimientos contrastantes, como lo son el dolor de perder a un ser querido, pero a la vez la unión al colorido de la fiesta y la diversión.

- 24 de Diciembre NAVIDAD -

Es un mes festejado porque se también se celebra el nacimiento Cristo, ya que la celebración se inicia con 9 posadas que se empiezan a partir el 16 y terminan el 24.

Estas posadas son acompañadas de letanías, villancicos, ponches, piñatas y dulces, finalizan el 24 con la deliciosa cena, regalos y por con último la bienvenida del Niño Dios, pero la importancia es que en México se agradece la unión familiar.

Para cada propuesta se propuso darle un significado cultural y educativo, por lo que se seleccionaron pinturas que ejemplifiquen las celebraciones y hayan sido realizadas por artistas mexicanos que hayan dejado un legado en ellas, para representar a México en el mundo, así como a través de ellas se pueda dar un reconocimiento a la sociedad para seguir valorando y no olvidar nuestro mestizaje, que ha sido parte de nuestra historia y que el dulce mexicano siempre ha sido parte de ella.

Las obras a elegir que se buscaron fueron:

- Antonio Ruiz “Corcito”, Obra “EL DESFILE”
- Frida Kahlo, obras “NIÑA CON MÁSCARA DE MUERTE” y “SIN ESPERANZA”
- Diego Rivera, obras “LA PIÑATA” Y “OFRENDA”
- José Clemente Orozco, obra “HIDALGO”

Considerando y estudiando cada una, se eligieron tres obras que se fusionan con cada uno de los carteles, ya que cada pintura ejemplifica escenas populares en nuestro país, pero lo más importante fue que las tres tuvieron en común la representación de la nostalgia sobre niñez mexicana.



“Niña con máscara de muerte”, Frida Kahlo, óleo sobre metal, (1938)



“La Cama”, Frida Kahlo, óleo sobre tela, (1940)



“Desfile cívico escolar”, Antonio Ruiz “El Corzo”, óleo sobre tela, (1936)



“Lucha Social”, José Clemente Orozco (1774)



“La Piñata”, Diego Rivera, óleo sobre tela, (1954)



“La Ofrenda”, Diego Rivera, óleo sobre tela, (1928)

Por lo que se seleccionaron las siguientes:

-“EL DESFILE” de Antonio Ruiz “el Corcito”, porque es considerado un importante exponente del costumbrismo en la pintura mexicana, y en sus obras refleja la vida en la ciudad de México, sin perder de vista el sentido del humor y la calidad estética, este artista tuvo siempre la capacidad de hacer un equilibrio entre la ficción y realidad para combinarse entre lo popular y lo culto, así presentar en sus obras nuestra pintura nacional.

-“NIÑA CON MASCARA DE MUERTE” de Frida Kahlo, ya que en la búsqueda de las raíces estéticas de México, esta artista realizó espléndidos retratos de niños y obras inspiradas en la iconografía mexicana, esta gran artista se empeñó a enfatizar la estrecha relación entre arte y realidad en su serie de autorretratos que la muestran como víctima y testigo expectante de su entorno y de su tiempo.

-“LA PIÑATA”, de Diego Rivera por su aportación al arte mexicano de manera decisiva en los murales y obras de caballete; fue un pintor revolucionario que siempre busco llevar el arte al gran público, a la calle y a los edificios, manejando un lenguaje preciso y directo con un estilo realista, pleno de contenido social por lo que reunió una magnífica colección de arte popular mexicano.

Teniendo ya el tema y obras que ayudarán a representar al dulce mexicano, se prosiguió a realizar una selección entre varios dulces, eligiendo los más adecuados para saber cuáles serán fotografiados y con la ayuda de nuestro storyboard, se vea y analicen las fotográficas que tendrá cada cartel, nuestra lista queda de la siguiente manera:



- Día de la INDEPEDENCIA

Dulces: las pepitorias, tamarindos de chile paletas de caramelo, alegrías, cocadas y barras de amaranto

- Día de MUERTOS

Dulces: calaveras de azúcar y pan de muerto.

- Día del NACIMIENTO DE JESUS o NAVIDAD

Dulces: chocolates, dulces de colación, muéganos, dulces de leche y fruta cristalizada.

Así mismo se manejaran en los carteles textos que refuercen el mensaje, por lo que se propusieron frases populares, adaptadas de tal manera que elogiaran al dulce mexicano.

-INDEPEDENCIA

Frases:

1. ALEGRÍAS, COCADAS Y PALETONES
EN MÉXICO DAN SABOR A MONTONES

2. ¡VIVA MÉXICO!
ES GRITO DE TRADICIÓN
Y CON LOS DULCES MEXICANOS CELEBRAMOS MEJOR

Eligiendo la segunda frase, porque lleva consigo el inconfundible grito que por años y generaciones ha sido entonado con efusividad y ha llegado a lo más profundo del corazón de los mexicanos en este día con una emoción que emerge una sola voz por la unión de los mexicanos.

- MUERTOS

Frases:

1. LA FLACA ESTÁ CONTENTA,
UNOS KILOS HA GANADO,
YA QUE CON LOS DULCES MEXICANOS
SU PANCITA HA LLENADO.

2. LA HUESUDA BRINCA CONTENTA,
POR QUE MIENTRAS TODOS REZAN,
ELLA ESTA DÁNDOSE VUELO
CON LOS DULCES Y CHOCOLATES DE LA OFRENDA.

Se considero la primera porque en esta festividad se originan las llamadas calaveritas literarias que han sido parte del folklore, así que este verso popular breve es satírico y burlón, como las calaveritas que siempre mediante la ironía hacen que un individuo o personaje al cual van dirigidos sea aludido como muerto, vinculándolo a expresiones cómicas de su actividad o profesión.

- NAVIDAD

Frases:

1. NO QUIERO ORO,
NI QUIERO PLATA,
YO LO QUE QUIERO
ES COMER ESOS DULCES
QUE CAEN DE LA PIÑATA.

2. LA NAVIDAD NO ES UN ACONTECIMIENTO
ES UNA PARTE DE NUESTRO HOGAR
QUE CON LOS DULCES MEXICANOS EN LA FIESTA
NOS HACEN RECORDAR.

La frase aprobada fue la número uno, porque representa más al canto tradicional que se entonan durante las posadas al ahora de que se van a romper las piñatas.

- UTILIZACIÓN -

Debe responder a la pregunta ¿Sirve?

Nuestra respuesta es un sí, porque mediante estos carteles se concreta el objetivo de la Dulcería de Celaya de promover al dulce, como cuestión histórica, educativa y social, ya que al mezclarlos con las festividades, daremos una proyección de la verdadera tradición.

Así que con estas propuestas gráficas no limitamos al público por su edad, sexo, educación, país, religión, etc., porque el mensaje debe llegar como un deleite memorable para todos.

- NECESIDAD -

Verdaderas exigencias económicas, psicológicas espirituales, tecnológicas e intelectuales

La Dulcería de Celaya al ser un negocio actualmente con una tradición dentro de la confitería mexicana, tiene la necesidad de hacer crecer y perdurar al dulce mexicano, es por ello que en este proyecto, con la investigación se pudo proyectar mas el diseño de estas propuestas editoriales de una forma óptima y funcional que cubren los siguientes puntos:

- Difusión y promoción del dulce mexicano
- Valorización de las fiestas y tradiciones mexicanas
- Reconocimiento de un lugar histórico que conserva la costumbre y la elaboración artesanal de los dulces mexicanos.

- TELESIS -

Reflejo de las condiciones que dan lugar a un diseño para que este se ajuste al orden económico donde va actuar, evitando el anacronismo o la añoranza de viejos tiempos.

Mediante la investigación sobre el origen del dulce, se pudo penetrar a un contexto social, económico y geográfico, y con los antecedentes, para poder darnos cuenta de los cambios que ha tendido el dulce, así como el entorno en el cual se ha desarrollado.

También se pudo percatar la influencia que este manjar puede tener en las celebraciones, para que éstas sean más preservadas y continuadas de generación en generación.

- ASOCIACIÓN -

Simpatía o antipatía ante un valor dado.

El dulce mexicano ha sido una tradición culinaria originada por la mezcla de culturas, lo cual ha ce tangible que nuestros hábitos, lenguaje, gustos, aspiraciones, etc., reflejen nuestra raíz de mexicanos, como una cultura artística, para seguir dándonos el valor y distinción en todo el mundo.

- ESTÉTICA -

Configuración de colores y formas que conmueven o agradan al excitar los sentidos.

Para el diseño de cada cartel, se planteo una estrategia basada en la investigación sobre los elementos básicos de la fotografía y el diseño gráfico, para que al fusionarlos, proyecten propuestas visuales armónicas, con el fin de que inciten al recetor emotividad y entendimiento sobre el concepto de difusión, promoción y valorización de un establecimiento que produce dulces mexicanos, los cuales siempre han sido parte de nuestro México.

Con todo lo anterior, los elementos de esta metodología se relacionan respecto a la función, para cumplir objetivo del proyecto al diseñar los carteles y darle al dulce mexicano la proyección adecuada, logrando transformar el ambiente y cubrir la necesidad de la Dulcería de Celaya.

Con esto podemos decir que esta función consistió en:

Proceso Editorial

- Descripción de la Necesidad
- Definición (Planteamiento Creativo)
- Propuesta Final

4.2 Bocetaje

En esta etapa del proyecto se realizaron bocetos, con el fin de ir plasmando las ideas sobre las posibles presentaciones del dulce dentro de los carteles, además durante este proceso también diseñamos el formato y la retícula para continuar con la selección tipográfica para los textos, y así poder ir delimitando los espacios dentro de dicho formato y poder lograr un impacto visual en el receptor, así como la interacción del mensaje con él.

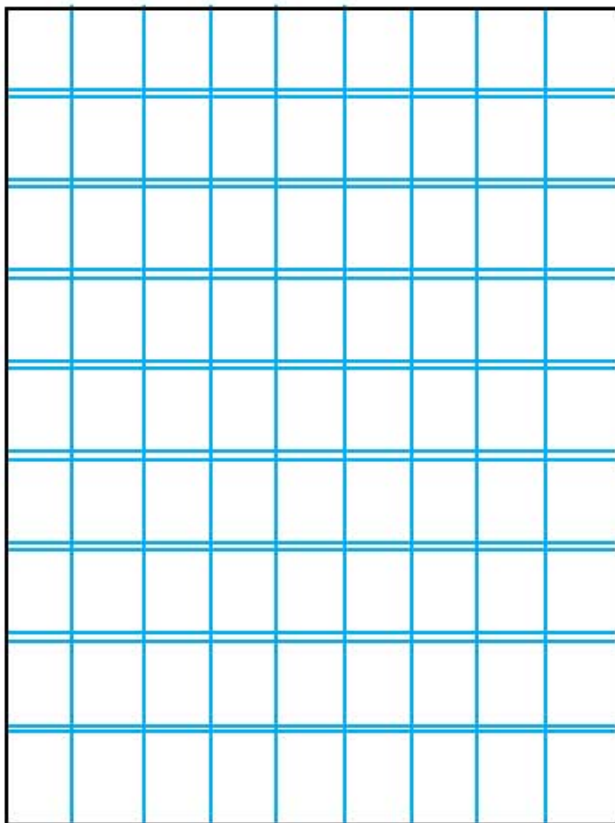


- Formato y Retícula

Se colocarán los carteles en un formato de 60 x 90 cms, porque es una medida estándar de los pliegos de papel donde ya se incluye un rebase, la retícula fue estructurada a 9 columnas, para dar un orden y estética, ya que una retícula impar da mayor juego entre los elementos y la necesidad de evitar la monotonía para inyectar una cierta dosis de creatividad a al diseño de los carteles.

Los márgenes se adecuaron para el formato vertical, a continuación aparece el diseño de la retícula con las medidas correspondientes a la descripción anterior.

90 cms.



60 cms.

- Prueba tipográfica

Se investigo que la tipografía fuera mas allá de un simple texto, es decir, se busco la legibilidad en toda la información, que llevaran los carteles, puesto que de esta manera se logrará fundamentalmente el claro y preciso aprendizaje.

Como se observa, las propuestas para los textos son tipografías claras, de un nivel de legibilidad, sin perder el estilo barroco que la Dulcería de Celaya ha mantenido, por esa razón utilizamos para su nombre la tipografía HORDOND, ya que entre las diferentes propuestas esta tipografía parece estar diseñada de manera individual, porque cada carácter tiene personalidad propia y esta en su lugar, cumple la función; para las frases populares, la HARRINTONG, con el fin de crear unidad en el estilo y para la información de donde localizar este establecimiento, se eligió la HELVETICA.

A continuación se muestran varias tipográficas con las que se hicieron pruebas para su utilización en los textos de información:



Nombre de la Dulcería en el interior del establecimiento (2010)

Dulcería de Celaya
CyrilicUniversity

Dulcería de Celaya
Imprint MT Shadow

DULCERÍA DE CELAYA
Hordond

Dulcería de Celaya
Zurich Calligaphi Italic

TIPOGRAFÍA PARA LOS MENSAJES

¡VIVA MÉXICO!
Es grito de tradición
y con los dulces mexicanos
ceberamos mejor

Harrintong

¡VIVA MÉXICO!
Es grito de tradición
y con los dulces mexicanos
ceberamos mejor

Aldine Italic

¡VIVA MÉXICO!
Es grito de tradición
y con los dulces mexicanos

Imprint MT Shadow

La flaca esta contenta
unos kilos ha ganado,
ya que con los dulces mexicanos
su pancita ha llenado

Harrintong

La flaca esta contenta
unos kilos ha ganado,
ya que con los dulces mexicanos
su pancita ha llenado

ArbatDi

La flaca esta contenta
unos kilos ha ganado,
ya que con los dulces mexicanos
su pancita ha llenado

Imprint MT Shadow

No quiero oro,
ni quiero plata,
yo lo que quiero
es comer esos dulces
que caen de la piñata

Harrintong

No quiero oro,
ni quiero plata,
yo lo que quiero
es comer esos dulces
que caen de la piñata

Helvetica

No quiero oro,
ni quiero plata,
yo lo que quiero
es comer esos dulces
que caen de la piñata

Imprint MT Shadow

Cinco de Mayo N° 39 / Col. Centro / C.P. 06000 / México , D. F. / Tel. 5521 1787

Humanst521 BT

Cinco de Mayo N° 39 / Col. Centro / C.P. 06000 / México , D. F. / Tel. 5521 1787

Krungthep

Cinco de Mayo N° 39 / Col. Centro / C.P. 06000 / México , D. F. / Tel. 5521 1787

Colonna MT

CINCO DE MAYO N° 39 / COL. CENTRO / C.P. 06000 / MÉXICO , D. F. / TEL. 5521 1787

Copperplate Gothic Bold

Cinco de Mayo N° 39 / Col. Centro / C.P. 06000 / México , D. F. / Tel. 5521 1787

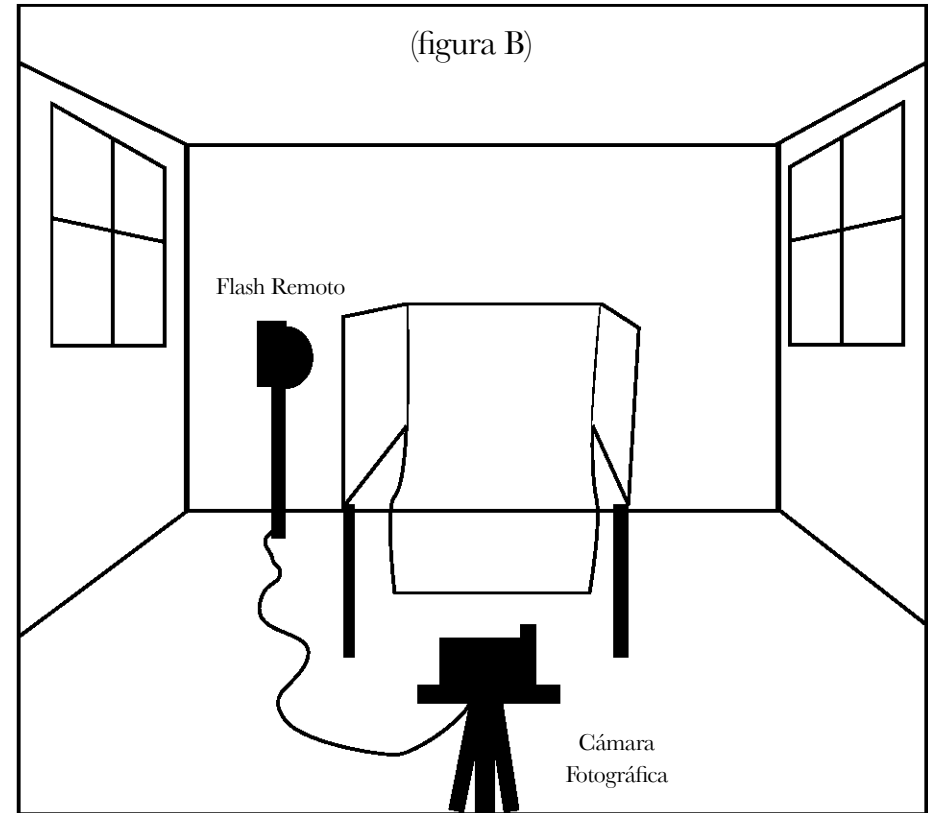
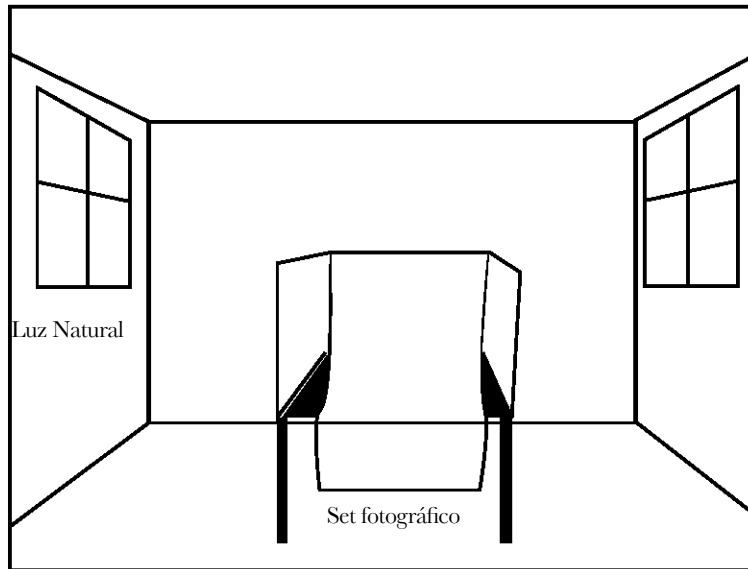
Helvetica

4.3 Elaboración de la composición fotográfica

Para la sesión fotográfica, localizamos un espacio amplio donde se hacia presente la luz natural, la cuál mencionamos en el capítulo 2 (ver, p. 54) se coloco una mesa rectangular cerca la ventana, y sobre ella pusimos cartulinas blancas para formar un pequeño ciclorama, acompañado de unas paredes hechas con cartulinas blancas, y así se formo una pequeña caja de luz. (figura A)

También optamos por usar un flash remoto, el cuál se instalo de lado izquierdo de forma lateral para hacer resaltar las texturas y darles profundidad a los dulces, iluminar la escena de forma natural, para descacar los contornos y las texturas de éstos (ver, p. 57), y enfrente de él una pantalla difusora, para poder darle mas protagonismo al producto y no al fondo.

Y por último colocamos a una distancia de 50 cms. la cámara digital Nikon D100 con un telefoto de 100 mm., ya que con este tipo de objetivo podemos captar el color y la textura, sin importar que tan cerca o lejos estemos de los dulces, quedando nuestro escenario fotográfico listo para iniciar . (figura B)



Con los bocetos de muestra, se inicio con seguir las guías de ellos para colocar los dulces, de tal manera que formamos pequeños bodegones, considerado siempre la armonía en cada composición.

Antes de cada toma, fue necesario maquillar los dulces de manera manual, usamos para ello, el azúcar glass en el retoque de algunas imperfecciones en las calaveras de azúcar, de igual modo el aceite de cocina, con el fin de darle un toque de brillo, a los chocolates, palanquetas, paletas de caramelo, etc., para el pan de muerto usamos azúcar que se coloco con un poco de aceite sobre él, para cubrir donde ya se había caído ésta y así fuimos verificando en cada uno de los dulces para resaltar su característica propia.

Para las tomas fotográficas usamos planos generales de conjunto (ver p.77) ya que este tipo de toma nos permitio tener un vista mas detallada y abarcar a todos los dulces dentro de un mismo campo visual. A continuación verán fotos donde puedo mostrar el trabajo realizado.



Foto 1: Montaje del set fotografico y colocación de los utencilios (aceites, spray, dulces, etc.) a tomar para cada fotografía.



Foto 2: Dulces mexicanos a utilizar.



Foto 3: Colocación despues del retoque manual a los dulces para día de muertos. A el pan de muerto se el espolvoreo más azúcar y a las calaveritas con la azúcar glass.



Foto 4: Composición de los dulces para la temporada del día de muertos.



Foto 5: Retoque y acomodo de los objetos para otra toma fotografica.



Foto 6: Vista de los dulces retocados con aceite y acomodados para su utilización.



Foto 7: Composición de los dulces para la temporada de independecia.



Foto 8: Dulces de la temporada navideña para se utilizados.



Foto 9: Dulces que fueron usados para la composición fotografica para la temporada navideña.

Para cada cartel se realizaron 4 fotografías para cada cartel, también en este proceso ocupamos las tomas a nivel, porque quisimos que la fotografía fuera con naturalidad y objetividad en la composición, por lo que este tipo de tomas son apropiadas.

Los planos generales de conjunto como mencionamos, nos ayudó a reducir nuestro campo visual, haciendo que los dulces se individualizarán, pero no perderán el protagonismo.

El flash no fue directo, para así evitar los brillos excesivos, por lo que optamos en equilibrar el balance de blancos de la cámara y usar un ISO bajo, para lograr una temperatura de color adecuada en los objetos y resaltar sus colores.



Foto 14: Realizando las tomas.



Foto 15: Dulces para día de muertos ya colocados para su toma.



Foto 10: Inicio de pruebas fotográficas.



Foto 11: Composición de los dulces de independencia.



Foto 16: Colocación de dulces haciendo pruebas desde opiniones diferentes por parte de unas alumnas del turno vespertino.



Foto 17: Composición de los dulces de independencia.



Foto 12: Haciendo otra composición de los dulces.



Foto 13: Verificando y ajustando el encuadre para fotografiar los dulces.



Foto 18: Vista a lo lejos de la composición para poder ser fotografiadas.



Foto 6: Composición de los dulces para temporada navideña.

Después de tomadas las fotografías, se seleccionaron las 4 mejores para cada temporada y así formar nuestro storyboard.

STORYBOARD



Abertura: f/3.5
Velocidad: 0.008 sec.



Abertura: f/4
Velocidad: 0.006 sec.



Abertura: f/4
Velocidad: 0.003 sec.



Abertura: f/4
Velocidad: 0.005 sec.



Abertura: f/3.2
Velocidad: 0.006 sec.



Abertura: f/4
Velocidad: 0.005 sec.



Abertura: f/2.5
Velocidad: 0.005 sec.



Abertura: f/3.5
Velocidad: 0.005 sec.



Abertura: f/3
Velocidad: 0.008 sec.



Abertura: f/4
Velocidad: 0.006 sec.



Abertura: f/2.8
Velocidad: 0.005 sec.



Abertura: f/3.5
Velocidad: 0.006 sec.

Después se hizo una prueba de edición en Photoshop con cada una de las fotografías del storyboard, para quitar el fondo y así colocar a modo de prueba la imagen de los dulces sobre las obras.

Pruebas.



4.4 Implementación de los elemento gráficos

- Color -

El color es un elemento determinante en la estructuración del diseño, por lo que en los carteles, se toma en cuenta la interpretación que los colores tienen, así que buscamos que colores podríamos emplear en cada cartel y que se relacionará con el significado de las festividades, para poder influir en el receptor en sus sentimientos, humores, etc., quedando lo siguiente:

- Cartel 1: día de Independencia

Para este gráfico se usaron tres colores de la bandera de México: el verde simboliza la esperanza del pueblo en el destino de su raza, el blanco representa la pureza de los ideales del pueblo y el rojo simboliza la sangre, la pasión y la emoción por la patria.

- Cartel 2: día de Muertos

Y para este cartel se usaron los colores típicos: blanco que representa la pureza, y aporta paz en las personas, el negro es el silencio, el infinito y la fuerza.

- Cartel 3: Navidad

En este utilizamos los colores blanco y rosa: este último por ser un color emocionalmente relajado e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos.



- Gráficos -

Para los carteles se hicieron diferentes gráficos que conservaran el estilo barroco que la Dulcería de Celaya maneja en su ornamentación, por eso las formas se hicieron basadas en sus adornos, pero quisimos darle un estilo clásico pero a la vez contemporáneo.



Gráfico 1: Se hicieron trazos delgados y gruesos para ir haciendo una cadena con formas curvas, para general movimiento.

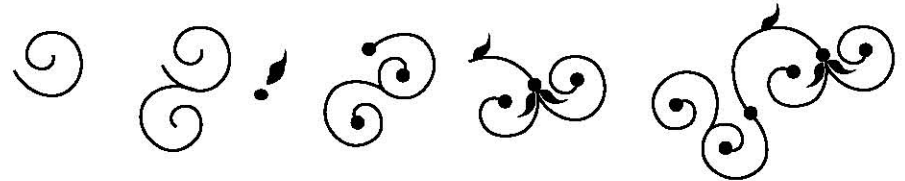


Gráfico 2: En este gráfico se hizo en trazo de líneas curvas delgadas, y en diferentes puntos enfatizamos con un punto, dándole a éste la salida de una hoja que nace con el fin de darle un toque clásico.

Los gráficos se aplicaron en los carteles, para ir diseñando la composición de éstos con la ornamentación, pero el gráfico 2 fue elegido por su manera de generar movimiento y unidad, por eso la forma se unio de tal manera que formara una cadena, donde la forma fuera modificada para que tuviera un inicio y un fin, y así no alterar el gráfico.

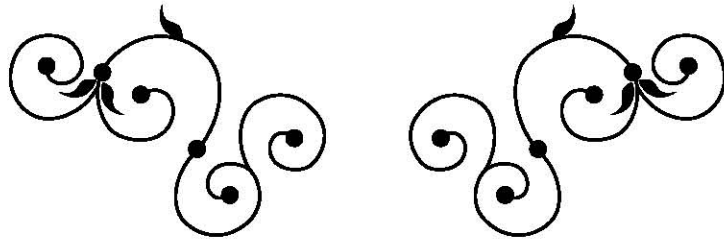
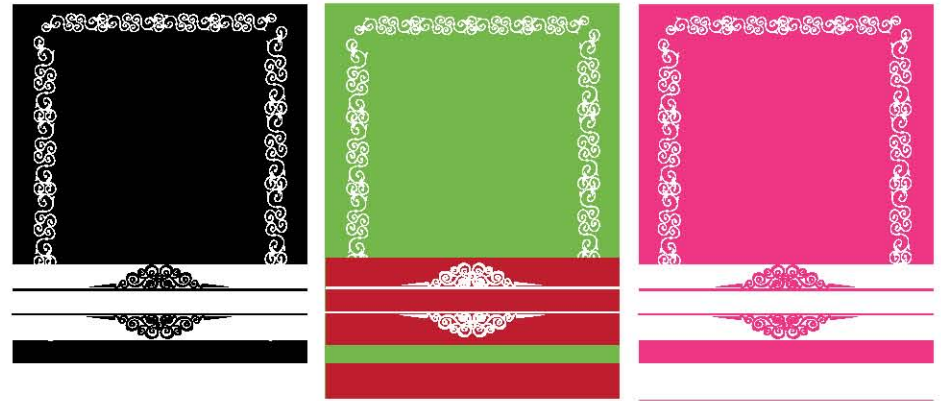


Gráfico original en dos posiciones, izquierda y derecha.



Aplicación del gráfico en la serie de carteles donde en la parte central se colocó el gráfico para concentrar ahí, el nombre de la Dulcería, de igual modo se usó la cadena del gráfico 2 como marco.



Inicio

Fin

Cadena donde se formó una composición de semejanza y unidad.



El gráfico 2 se usó como textura y en la parte de arriba la forma de utilización en tonalidades diferentes, para crear visualmente atención del texto de apoyo, la cadena se usó de manera que fueran el marco del nombre de la Dulcería.

- Fotomontajes -

Con las fotografías seleccionadas para cada propuesta, se hicieron las ediciones necesarias con la herramienta de Photoshop, para empezar el fotomontaje y apreciar como resultado una composición óptima.

Se editó la saturación de color, el equilibrio de sombras y luces, así como la eliminación sobre algún brillo indeseado en las imágenes, enseguida de esto en cada imagen, quisimos que no se vieran solo montadas en los carteles, por eso hicimos un reflejo transparente, con el fin de apretar un soporte y que se viera la imagen de los carteles más unido, así que al editar cada fotografía, proseguimos a el montaje sobre las obras, para ver la fotografía de los dulces sobre la ellas y así poder continuar el diseño de los carteles.

A continuación el trabajo realizando el reflejo dentro del programa de edición para poder guardarla con extensión .psd, que es propio de Photoshop. (ver p. 68)



Dulces de la temporada de Navidad.



Dulces de la temporada de Independencia.



Dulces de la temporada de Muertos.

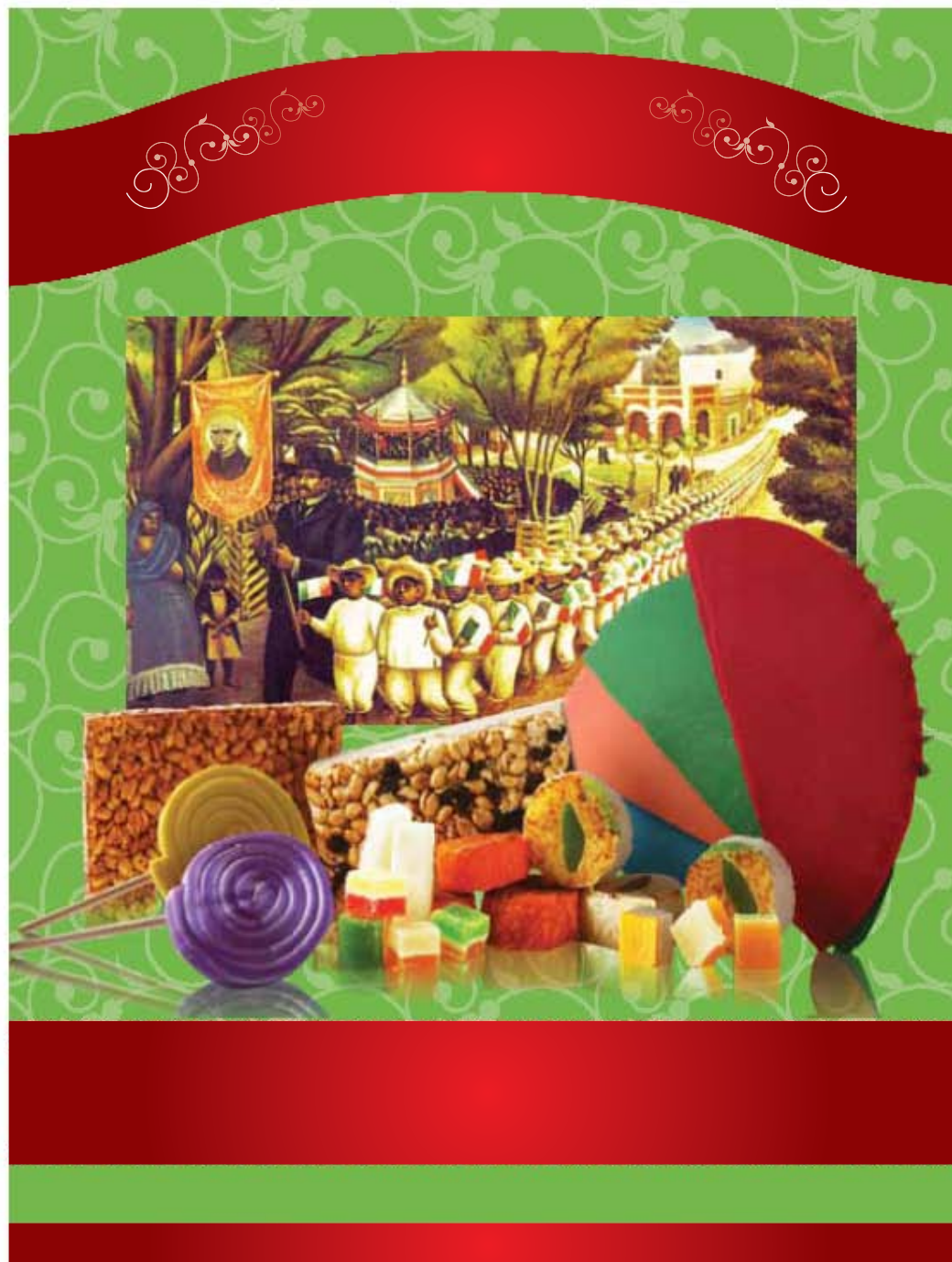
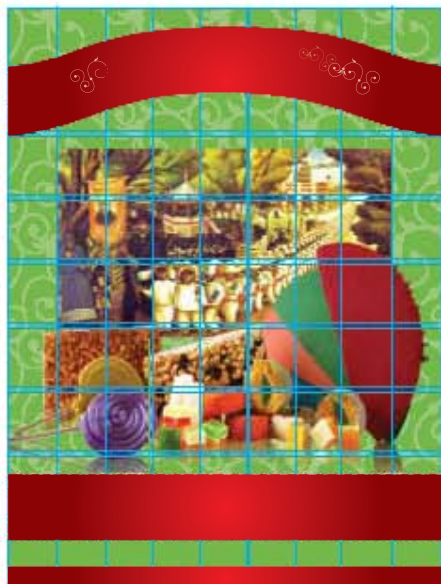
- Producción -

La Dulcería de Celaya quedó satisfecha con las propuestas presentadas, pero sobre la producción, ésta considera pocos ejemplares, ya que las temáticas solo serán por temporadas, por lo que ellos plantean de inicio solo mostrarlos en sus sucursales, la serie de carteles se presentarán en un soporte manejable y presentable como es el couche de 300 grs., aunque a futuro esta empresa tiene pensado sacar más carteles, por lo que se les sugirió sean impresos en offset, para ser presentados en materiales más rígidos y considerar un barniz UV y también a registro.

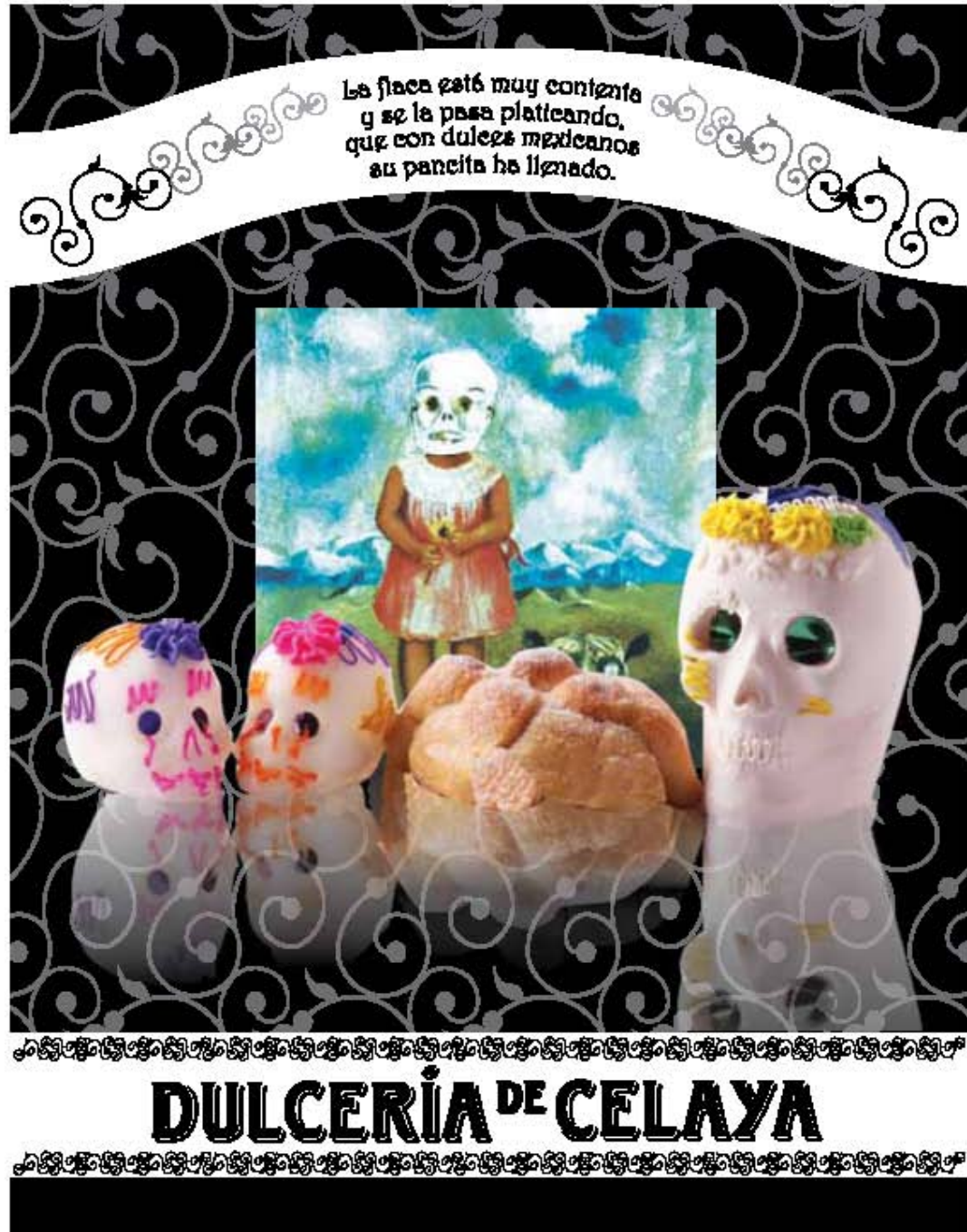
4.5 Propuesta final

Cartel 1

Tema: Día de Independencia

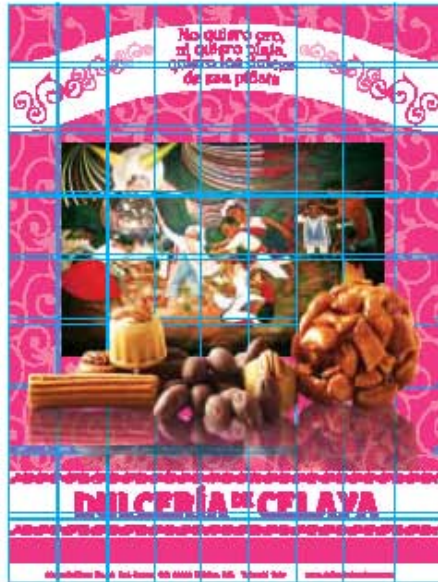


Cartel 2
Tema: Día de Muertos



Ciudad de México No. 39 Ocl. Gervira C.P. 38000 México, D.F. Tel: 5551 1757 www.dulceriadecelaya.com

Cartel 1
Tema: Día de Navidad



No quiero oro,
ni quiero plata,
quiero los dulces
de esa piñata

A vibrant illustration of a piñata being broken during a Christmas celebration. A person is shown in the act of breaking the piñata, with confetti and candy falling. Other people are dancing and celebrating in the background. The scene is set against a backdrop of colorful streamers and a festive atmosphere.

DULCERÍA DE CELAYA

Oficina de Mayo No. 28 Col. Centro C.P. 38000 Celaya, G.J. Tel: 3321 1757 www.dulceriacelaya.com

Conclusiones

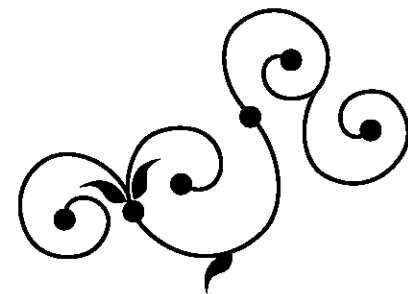
Hablar del dulce mexicano compete a un tema importante para México, tanto en un sector cultural, como económico y social, al ser un producto ejemplar dentro de nuestra gastronomía, por su origen, forma, color, sabor y producción hacen que sean únicos e inigualables.

Por eso la Dulcería de Celaya sigue manteniendo la conservación, producción y exhibición del dulce, su necesidad de difusión y promoción hizo que con la ayuda del Diseño Gráfico y la Fotografía se creará una aportación nueva de percepción del desarrollo histórico –cultural que tiene este producto en México.

Dentro del presente trabajo se pudo valorar que el Diseño Gráfico y la Fotografía son recursos importantes para estructurar propuestas gráficas donde se concentren características dentro de un espacio que funcional, buscando a través de un lenguaje y expresión, una participación sociocultural para presentar mejorar las relaciones y presentar a los individuos una cultura y la interacción de estos con el mensaje sea directa y pueda entender de mejor manera lo que representa el dulce mexicano, para así puedan recordar y reconocer que este dulce alimento es símbolo de fiesta, tradición, identidad, etc.

El haber tenido la accesibilidad de la información permitió aprender y poder tener una mejor visión de las cosas, lo que llevó a que los carteles para la Dulcería de Celaya fueran óptimos, ayudándoles a difundir los dulces y a la empresa misma una promoción creativa y participativa también para la cultura.

El Diseño y la Fotografía fueron un arma para resolver el problema que tenía la Dulcería con la sociedad, y cabe señalar que al realizar estos carteles fue necesario darle un significado a cada elemento, para lograr las metas deseadas y que con los fundamentos de la Fotografía y el Diseño Gráfico se pudo llegar a concluir dando a cada propuesta un atractivo visual y fuerza emotiva para llegar a receptor mediante la innovación y la creatividad.



Bibliografías

ABAURREA, Vlarde. Jorge. (2005) Fotografía para torpes. Madrid. Ed. Anaya Multimedia.

ARCE, Francisco. (1991) Historia de las profesiones en México. México. Ed. SEP. Colegio México.

Atlas Cultural de México Gastronomía. (1998) México, Ed. SEP, INAH- PLANETA.

BARNICOAT, John. (2007) Los carteles, su historia y su lenguaje. Barcelona. 8a reimpresión, Ed. Gustavo Gili.

BECKETT, S.T. (1994) Fabricación y utilización industrial del chocolate. España. Ed. Acribia.

BERLO, David K (2002) El proceso de la comunicación. Buenos Aires. Ed. El Ateneo.

BIERUT, Michael. (2001) Fundamentos del diseño gráfico. Buenos Aires. Ed. Infinito.

BRESSON, Cartier. (2003) Fotografiar del Natural. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

CANCELA, Juan (2003) Fotografía y Ciencia. Facultad de Químicas. San Sebastián. Universidad del País Vasco. Euskonews & Media.

CÁRDENAS, Juan de. (1978) Problemas y secretos maravillosos de las Indias. México, Ed. Academia Nacional de medicina.

CHÁVEZ, Norberto. (1999) Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos. Buenos Aires, Argentina. Ed. Paidós, 1era Reimp.

COSTA, Joan (1989) Imágen Global. Evolución del diseño de identidad. España. Ed. CEAC.

Cuarto Oscuro. Sala de prensa. Volumen 3, Año IX, Junio 2007.

DÍAZ, Del Castillo Bernal. (2006) Historia verdadera de la conquista de la Nueva España. México, Ed. Linkgua.

DONDIS, D. A. (2000) La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual. México. Ed. Gustavo Gili. 14° reimpresión.

DREW, Helen. (2006) Fundamentos de la fotografía. Barcelona. Ed. Blume.

FERNÁNDEZ, Adela. (1998). La tradicional cocina mexicana: y sus mejores recetas. México. Ed. Panorama.

FERRER, Eulalio (1997). Información y comunicación. México, Ed. Fondo de Cultura Económica.

FRANCES, F. Bernard (1998). Tres formas de intercambio en la economía azteca, En: P. Carrasco y J. Broda (eds.), Economía política e ideológica en el México prehispánico. México, CIS INAH. Ed. Nueva Imagen.

FREEMAN, Michael. (2006) Manual de la Fotografía en 35 mm. Barcelona. Ed. CEAC.

FREUND, Gisele. (2004) La fotografía como documento social. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

GAGE, Thomas. (1994) Nuevo reconocimiento de las Indias Occidentales. México. Ed. FCE.

GARCÍA, Torres. Milko. A. (1991) Curso Práctico de Diseño Gráfico. Madrid. Ed. Génesis.

GONZÁLEZ, Quintero. L. (1978). Origen de la domesticación de los vegetales en México, En: Historia de México, vol. 1, Ed. Salvat.

GUBERT, Román. (1997) Medios icónicos de masas. Madrid. Ed. Historia 16.

HEDGECOE, John. (1988) Curso de Fotografía Básica, Barcelona. Ed. Blume.

HERNÁNDEZ, Francisco. (1978) Historia natural de la Nueva España. México, Ed. UNAM, vol. II.

HURLBURT, Allen. (1986) Diseño foto/gráfico: Interacción del diseño con la Fotografía. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

ITURRIAGA, Yuriria. (2002, 25 de febrero) Gastronomía mexicana patrimonio de la humanidad, Cuadernos de nutrición, La Jornada.

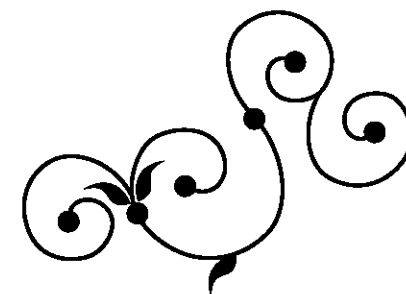
KARBO, Michael. (2003) Fotografía Digital: de la A a la Z. Ed. Ecuellas: KnowWare E.U.R.L.

KEPES, Georgy (1976) El Lenguaje de la Visión. Buenos Aires. Ed. Infinito.

LANGFORD, Michael. (2006) Manual de Fotografía de Langford, 4ta edición, Barcelona Ed. Omega.

LEMAGNY, Jean-Claude. (1988) Historia de la fotografía. Barcelona. Ed. Alcor.

LOVELL, Ronald P. (1998) Fotografía. Manual Completo, Madrid, Ed. Celeste.



- MÉNDEZ, Pedro. (2000) La apicultura en México. En: México Indígena. Número 12, Sep-Oct.
- MEYER, Pedro. (2003) Fotografía. México. Ed. Museo de Arte Moderno.
- MOLINER, María. (1998) Diccionario del uso del español. Madrid. Ed. Gredos. 2.ª edición revisada y aumentada.
- MURIEL, Josefina. (2000) Cultura Femenina novohispana. México. Ed. UNAM.
- NEWHALL, Beaumont. (2002) Historia de la Fotografía. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.
- NOVO, Salvador. (1976) Cocina mexicana o Historia gastronómica de la ciudad de México. México. Ed. Porrúa, 3ª edición.
- OLVERA, Francisco. (2001) Reflexiones sobre el diseño. Colección CYAD-UAM Azcapotzalco, p.18
- PÉREZ, De San Vicente T. (2000) Cocina y cultura mexicana. En: La cocina familiar en la Ciudad de México, Ed. Océano.
- RAMÍREZ, Castañeda Elisa (2006) México Primario. Tradiciones y alma del mexicano. México. Ed. Tamaris Tamsa.
- RIVERA, M. (2003) Ensayo de interpretación botánica. Libro X, Historiad antigua de biología México. Ed. UNAM.
- RODRÍGUEZ, Hugo. (2005) Imágen digital: conceptos básicos / Colección: Bit & Píxel, Barcelona Ed. Marcombo.
- PORTA, Paulo. (2007, 17 abril). Revista fotográfica e imágen Digital.
- PURVES, Fedrerick. (1990) Enciclopedia Focal de fotografía, Barcelona. Ed. Omega S.A.
- ROSSI, Emmanuela. (2004) Curso básico de fotografía. Barcelona. Ed. De Vecchi.
- ROUBIER, Jean. (2003) Fotoenciclopedia. Madrid. Ed. Daimon. Tomo 1.
- ROJAS, Rábiela. Teresa (1997, Junio). De las muchas maneras de cultivar el maíz. En: Arqueología mexicana, vol. 5, número 25. México: Raíces.
- SAHAGÚN, Fray Bernardino de. (2001). Historia General de las cosas de la Nueva España. México, Vol.23, Ed. Dastin, cols. "Crónicas de América".
- SALOMA. Margarita. E. (2004) Historia del Diseño Gráfico. Tesis de Diseño, Universidad de la IBERO. México, D. F.
- SATUÉ, Enric. (1995) El Diseño Gráfico. Desde sus orígenes hasta nuestros días. Madrid. Ed. Alianza.
- WONG, Wucius. (1991) El Fundamentos del Diseño bi-tri-dimensional. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.
- ZOLLA, Carlos. (2005) Elogio del dulce. México. Ed. FCE.
- FUENTES ELECTRÓNICAS**
- ALBOROZ, Arturo de . (n.d.). Ensayo sobre El Cartel. Parte III, Medios publicitarios y Publicidad .Consultado el 2007. <http://www.knowhow.com>
- DIEZMARTINEZ Guzmán, Ernesto. (2006) Pequeño glosario de la pedantería cinéfila, En Producción Digital, Consultado el 4 de abril de 2008. El Guión Multimedia <http://webcache.googleusercontent.com>
- FERNÁNDEZ, Ricardo (n.d.). El cartel, breve historia. En: Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo (UCLM) consultado en el 2007, <http://www.uclm.es/profesorado/Ricardo/Cartel.htm>
- GARAY, Félix. (2003) La Composición Fotográfica (1ª parte), Consultado el 29 de enero de 2005, <http://www.fotografiasdepaisajes.com/modules.php?name=News&file=article&sid=296>
- Licenciado en Diseño Gráfico (n.d.). Consultado el 29 de Enero de 2008, <http://www.estudia.com.mx/files/lic-diseno-grafico.pdf>
- OSORIO, Fernando.(2000) Encuadre. Consultado el 23 de enero de 2009, <http://www.escuelacima.com/encuadre.html>
- ROJO. Ignacio. (2004) Impresión de fotografías digitales. Consultado el 11 de agosto de 2004 <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/imagen-y-sonido/2004/08/11/107251.php>
- VUARTE. M. (2003) Foto Básica. Consultado el 3 de septiembre de 2009, <http://isopixel.net/archivo/2004/09/definicion-de-diseno-grafico/>