



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

**Intervenciones de la Ilustración a Gran Formato,
ubicadas dentro de un Espacio Público al Oriente
de la Ciudad de México.**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PRESENTA:

ITZEL JOHANA CLAUDIO BERNAL

DIRECTORA DE TESIS

Mónica Espinosa Torres

CDMX, 2020



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

**Intervenciones
de la Ilustración a
Gran Formato,
ubicadas
dentro de un
Espacio Público
al Oriente de la
Ciudad de México.**



La tesis es una obra producida por
Johana Claudio
bajo la dirección de
Mónica Espinosa Torres

Agradecimientos

Agradezco el presente en el que vivo, esta carrera que se volvió larga con momentos muy efímeros; a la energía y dedicación que tuve para poder terminar esta promesa que realice a la edad de 13 años.

A la familia por el apoyo económico y emocional de todos los días, que, aunque había días sin cordura, con desvelos lo único que servía como motor era el sueño de tener una carrera profesional. A mi padre Cris Claudio le debo nunca haber dormido con hambre, a mi madre Ana Lilia ser humilde y responsable; por todas las preocupaciones de todos los días.

Recuerdo todo lo que hice para poder terminar mi formación con amor y pasión, mi corazón que me guía todas las mañanas, he progresado con triunfos llorando. Agradecida con la pintura, por brindarme color en lugares oscuros: vivir experiencias nuevas, viajar, conocer amigos.

Estoy tranquila sabiendo que he concluido un proyecto de dicha magnitud; a La Fe que tuve para poder seguir a delante con una investigación, poder dejar esta información a toda persona que esté interesado en el tema aclaré sus dudas y que surjan más.

Gracias a la maestra Mónica Espinosa Torres que me brindo su tiempo, conocimiento para poder terminar mi proyecto.

“Se escribe con apoyo y se publica con certeza de éxito”.

Tema general

La ilustración a gran formato como intervención del espacio público.

Objetivo general

Conocer la ilustración a gran formato en el Oriente de la Ciudad de México y su impacto social.

Objetivos específicos

- Analizar el significado de la ilustración, brindando información codificada especialmente a gran formato; conociendo el impacto que tiene en la sociedad.
- Explicar los géneros de la ilustración.
- Aplicar técnicas para la elaboración de ilustraciones.
- Expresar la intervención pictórica dentro los espacios públicos.
- Comparar el tipo de mensaje que emanen algunas intervenciones.
- Informar acerca de la Cultura Under.
- Valorar autores de la zona Oriente que realizan actividades culturales y pictóricas.

Prefacio

Hoy en día las intervenciones artísticas en un espacio público han contribuido al arte, emprendiendo un mensaje para la sociedad; pueden ser estéticos, publicitarios, narrativos, sociales o con fines distintos.

Algunas personas ven algunos movimientos como desorden y un mensaje negativo; por otra parte, se han vuelto constantes, con apoyo de patrocinadores llegan a un resultado excelente, se vuelven eficaces para marcas o instituciones que promuevan la cultura.

Dichas intervenciones efímeras en los espacios, son abiertas a la comunidad donde cada persona demuestra su capacidad de realizar una imagen que promueva una identidad social interpretada de manera visual. Puede haber intervenciones muy pequeñas desde 10 cm hasta 1000 m, considerando el espacio que se tiene.

Pero, ¿qué hace que estas intervenciones sean aceptadas?, la respuesta está en la calidad de imagen que se representa, donde el valor estético aporta la aceptación del público.

Estas imágenes originan que la sociedad reflexione, promueva visiones distintas a los medios de comunicación; por lo tanto, hay arte en la calle visible para todos.

Contenido

Introducción

Capítulo Uno

Como entender la ilustración

1- Definición de la Ilustración etimológica.	11
1.1- Definición de la Ilustración.	11
1.2 - Contexto histórico de la Ilustración contemporánea.	13
1.3 - Géneros de la Ilustración.	16
1.3.1- Conceptual	17
1.3.2 - Narrativa	17
1.3.3 - Infantil	18
1.3.4 - Decorativa	19
1.3.5 - Cómic	19
1.3.6 - Humor gráfico	20
1.3.7 - Portadas	20
1.3.8 - Publicitaria	21
1.3.9 - De moda	22
1.4 Bases, técnicas y mecanismos de la Ilustración.	22
1.5.- Medios de ilustración	24
1.5.1 Lápiz	24
1.5.2 Pluma	26
1.5.3 Tinta	26
1.5.4 Lápices de color	27
1.5.5 Gis pastel	28
1.5.6 Acuarela	29
1.5.7 Gouache	30
1.5.8 Acrílico	31
1.5.9 Collage	31
1.5.10 Digital	32
1.5.11 Pintura en spray (Aerosol).	33
1.6.- Innovación de materiales y soportes para la elaboración de ilustraciones.	33

Capítulo Dos

Ilustrando a lo grande

2.- Definición de Ilustración a Gran Formato.	37
2.1.- Contexto de la Ilustración a Gran Formato.	38
2.2.- Características de la Ilustración a Gran Formato.	39
2.3.- Materiales y procedimientos para la elaboración de Ilustración a Gran formato en un espacio público.	39



Capítulo Tres

Espacio público, lugar de intervención

3.- Definición de Espacio Público.	45
3.1.- Definición de Intervención Artística.	48
3.2.- Prácticas culturales en el entorno público.	49
3.3.- Tipo de mensaje que emite las intervenciones artísticas en la sociedad.	50
3.4.- Mensaje que emite el lenguaje de la imagen.	53
3.5.- Mensaje que emite el lenguaje del color.	54
3.6.- Intercambio de ideas recíprocas entre la sociedad y el autor.	58



Capítulo Cuatro

Cultura Underground

4.- Definición de la Cultura Undergr.ound	63
4.1.- Origen de la Cultura Underground	64
4.2.- Variantes de la Cultura Underground	60
4.2.1.- Graffiti	67
4.2.2.- Street Art	72
4.2.3.- Stickers	78
4.2.4.- Paste Up	79
4.2.5.- Stencil	81



Capítulo Cinco

La Ilustración de la Cultura Underground en la zona Oriente de la Ciudad de México.

5.1.- Iztapalapa	86
5.2.- Iztacalco	90
5.3.- Nezahualcóyotl	93
5.4.- Chimalhuacán	97

Conclusiones	100
--------------	-----

Glosario	103
----------	-----

Citas Textuales	105
-----------------	-----

Bibliografía	107
--------------	-----

Enlaces electrónicos	109
----------------------	-----

Recursos videográficos	110
------------------------	-----

Apéndices	111
-----------	-----

Introducción

Esta investigación recopila información y material referente a la Ilustración, presentada en cinco capítulos, donde narra experiencias teóricas, prácticas y aplicadas; con gran énfasis en la Ilustración a gran formato en espacios públicos.

Se generó a partir de conocimientos en las áreas de diseño, comunicación e ilustración; cubre ámbitos de información, narrativos y de divulgación: muestra opiniones de personas en el entorno que han participado en intervenciones del espacio.

En el capítulo uno, se presenta definición de Ilustración, se muestran las técnicas compositivas explicando la relación con algunos materiales que ayudan a realizar una Ilustración.

Dentro del capítulo dos nos enfocamos en el tamaño en que realizamos una Ilustración con grandes dimensiones, explico los factores que conllevan a efectuar una.

Posteriormente el capítulo tres ofrece definiciones dentro del contexto de la comunicación, explicando procesos que ocurre con el autor, el público y el espacio.

El capítulo cuatro rescata conceptos de corrientes que nacen del público en compañía de intervenciones pictóricas que interactúan en el espacio con gran variedad de técnicas aplicadas a un contexto similar.

Por último, el capítulo cinco ofrece posturas de los autores que realizan intervenciones pictóricas en toda la Ciudad de México, nos explican su punto de vista.

Cuando se realiza una intervención pictórica a un espacio existe un discurso visual que conlleva a diferentes posturas, pero con un mismo fin, enriquecer la imagen visual de las terceras personas.

Cualquier persona que interviene con una propuesta gráfica, crea conciencia pública de su entorno con la imagen generada, dependiendo de lo creado permite tener una clasificación de la identidad de cada barrio, como son sus características de vida o cualidades políticas, suscitándose un cambio de mensajes entre varias personas.

Esta investigación tiene un enfoque en la Zona Oriente de la Ciudad de México; por ser una zona que se recupera como espacio, esto se originó por la concentración del sector industrial en la zona norte de la Ciudad.

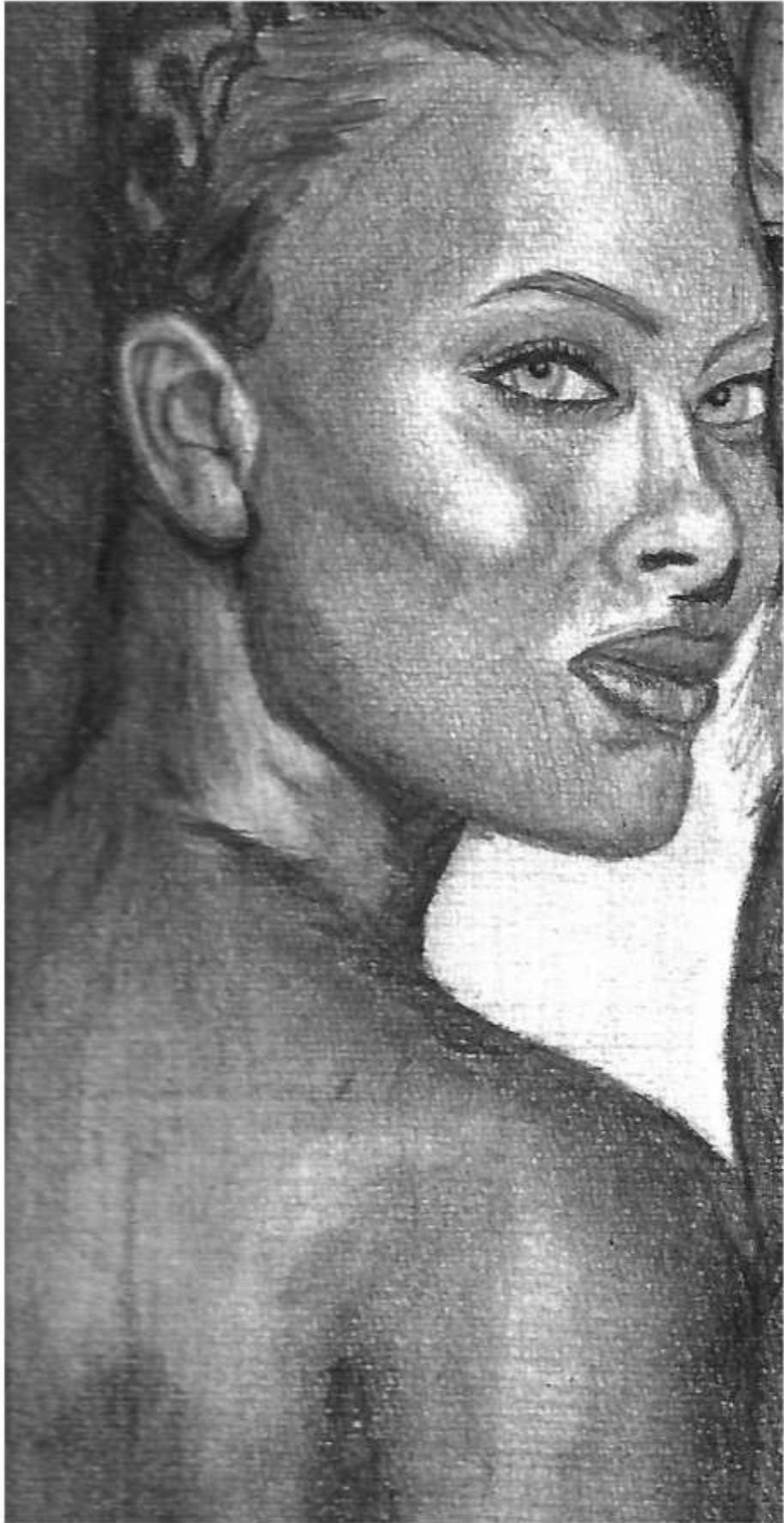
Los terrenos antiguamente eran ocupados por el Lago de Texcoco, eran zonas con riesgos de inundación, otros se encontraban en montañas y colinas con un tal grado de inclinación que había impedido habitar en ellas. Por ello, toda esa zona era poco atractiva en términos de inmobiliarios y se encontraba en gran parte abandonada.

Ni siquiera tenía valor para el cultivo, ya que el Lago de Texcoco era salado, y su desecación había dejado una capa de sal en la tierra que impedía su uso para fines agrícolas.

Cuando el proceso de migración masiva hacia la Ciudad de México comienza, los terrenos del oriente comienzan a ser ocupados dejando atrás esta zona marginal, pero llena de autores de gran impacto a nivel visual, embelleciendo el entorno para beneplácito de sus habitantes.

Capítulo Uno

Como entender
la ilustración



1.- Definición etimológica de la Ilustración

Martín, C., Galán, P., Ruiz J. (2012) Afirma:

*“Ilustrar, según su definición significa
Dar luz al entendimiento”.*

Indica el contenido que se quiere comunicar a través de la imagen, se refuerza con el contenido del texto, aclara la información que se tiene, proponiendo información con la imagen sin necesidad de una descripción o relato de ella. El entendimiento se fortalece si existe una narración visual adecuada capaz de transmitir un mensaje de una manera fácil y rápida.

“La ilustración: Definición de imágenes aplicadas;

<< arte en acción >>

que comunica un contexto de forma visual a un público.”

(Malé, A. (2018), p. 12)

Gran parte de las ilustraciones se desarrollan por el comercio de publicaciones realizadas, para aspectos de alfabetización visual, siguiendo con modas o tendencias; realizando un proceso intelectual con la comunicación, relacionando conceptos del contenido de la imagen con el lenguaje visual.

La ilustración ejemplifica los procesos teóricos e intelectuales, con ayuda de imágenes con diversas técnicas de representación gráfica, que permite la comprensión, aplicación para realizar proyectos; por ejemplo:

- Investigación
- De contenido
- Publicaciones
- Intervención pictórica

1.1- Definición de la Ilustración.

La ilustración es definida como aquella actividad en donde las imágenes registran los logros del hombre, captan la imaginación del autor, favoreciendo al receptor; esparciendo información guiada de hechos.

Generando un lenguaje visual que identifica contextos creando tendencias de estilos y vanguardias entre los autores.

Requiere compromiso, personalidad y talento; la esencia pura de ideas, conceptos que forman a la imagen. La función del ilustrador consiste en dar vida y forma visual a la información que emite un mensaje; se requiere un pensamiento analítico crítico por parte del profesional, que hace prácticas armónicas para realizar imágenes que se transmiten en los diversos medios de comunicación.



Fig. 1 Ejercicio de viñetas.

Ayuda al receptor a tener claridad de la información, comprender y conocer; una gran ilustración que aporta el pensamiento creativo. El éxito de una ilustración se basa en la esencia del mensaje en el arte para comunicar. Como ejemplo la ilustración se basa en el dibujo, como el diseño en la tipografía.

Es un método que nos ayuda a llegar a la descripción sin la necesidad de la realidad, abre un mundo de imaginación; tenemos libros, comics, anuncios publicitarios, carteles, publicaciones, revistas, contenido web; un sinfín de ilustraciones en nuestro entorno que mejoran y facilitan la información que se desea llegar al receptor.

Nutren la imaginación con base en la creatividad, fortaleciendo valores, actitudes e información, estas interacciones nacen en los sentidos del ser humano, pero resaltando el de la vista.

Herramienta básica del Diseño Gráfico que, a través de estas técnicas, brinda posibilidades de conformar la ilustración, describe, representa y realiza narraciones con imágenes, no hay técnicas oficiales para llegar a estas representaciones.



Fig. 2 Elaboración de personajes.

1.2.- Contexto histórico de la Ilustración contemporánea.

La ilustración en el siglo XX era usada principalmente en la producción de acetatos; se desataron grandes ideas: cada músico quería interpretar un poco de su personalidad.

Los discos con ayuda de ilustradores y diseñadores empezaron a surgir grandes proyectos, llenos de color y formas. Sin olvidar la importancia de la idea central que comunica con la imagen.

“Hacia el año 1000, la escuela de Reichenau adquirió renombre con su refinamiento en el arte de la ilustración de códices, destacándose por sus imágenes vívidas de colores intensos”.

(Müller, J. (1998), p. 25)

El arte publicitario impulsó a la ilustración, la cual se encargó de captar los puntos de vista de la sociedad; el cual comunica, persuade, informa y educa. Con ayuda de grandes potencias, la ilustración toma un lugar importante en el mercado, elaborando a gran medida más imágenes de consumo.

“La ilustración ha servido como complemento narrativo en libros y manuscritos, desde lo más antiguos pergaminos ilustrados que se reconocen: el Libro de los Muertos y el Papyrus Ramessum que datan aproximadamente del año 1900 a. de C”.

(Hermann, T. 1981, p. 10)

La pintura abrió puertas a la ilustración: en un principio fue totalmente utilitaria y la intensión artística venía después; la pintura era la de servir. Después la ilustración tomó su lugar más importante en el mercado, separando la pintura de su formación; con una metodología de representación conceptual de la realidad, fantasía, y de interpretación. Su finalidad varía por ejemplo realizar un retrato realista, relatar un hecho histórico, brindar información o meramente decorativa.

Así mismo el avance de sus técnicas y medios fortalecen su cuerpo brindando nuevos resultados; la ilustración tiene aficionados y profesionales.

En México tenemos grandes exponentes y de gran fuerza se mantiene. Se proponen nuevas tendencias, temas, composiciones, problemáticas y más autores se incorporan a la Ilustración; dentro de los medios digitales es una herramienta de conocimiento que informa al público de una manera fácil su entendimiento.

“Tiene que ver, en primer lugar, con educación, la formación y el desarrollo plural de cada persona y del género humano en su conjunto; en su aceptación más estricta, la ilustración es identificada con los poderes reconocidos a la razón humana.”

(Marchán, S. (1987), p. 12)

Una necesidad que surge a la hora de interpretar visualmente las acciones de los humanos, un ilustrador se desarrolla con la historia y cultura, que se ubican en la comunicación; libros, publicaciones, documentales, películas, revistas, periódicos, museos y demás instituciones. Siendo un medio de enseñanza que se respalda con la imagen forma entretenida; genera interacción y comprensión. Facilita la información en cualquier tipo de ambiente, las diversas ramas de conocimiento que conocemos necesitan información visual.

La ilustración es la única disciplina que explica o aclara información. Con la interpretación de conceptos que recibimos, en nuestros hábitos cotidianos; opina, influye, decide acciones del ser humano.

“Los ilustradores caricaturistas desde principios del siglo XX hasta la actualidad eran y son nombres familiares como las publicaciones de trabajo... Una visión general revela la presentación de la figura humana. A veces piden un retrato genérico o anónimo; una raza, grupo etario o géneros concretos.”

(Male, A. (2018), p. 156).

1.3.- Géneros de la Ilustración.

El ilustrador tiene cualidades y atributos interdisciplinarios, desarrollados por la creatividad con la salida en medios de comunicación y de publicidad; aunque sea ilustración contemporánea aún se practican en medios tradicionales que sirven de base para la elaboración de nuevas tendencias. Pero sobre todo el ilustrador mantiene el dominio del dibujo para crecer.

1.3.1.- Conceptual: El autor es libre de proponer las ideas que conoce respecto al tema, la información de la imagen es el que se tiene de manera cotidiana: representa el estilo de cada autor, lo respalda la creatividad del ilustrador.



Fig.4 Ilustración hecha con tinta y estilografo.

1.3.2.- Narrativa: Es generada a través de un texto base, tiene una secuencia de acuerdo a lo que se narra, no puede divagar dentro de las ideas apoya a que el lector comprenda, da pie a que la imagen vuelva más creativo el lector.



Fig. 5 Artículo informativo apoyado de ilustración.

1.3.3.- Infantil: Su público son los niños quienes la interpretan, las temáticas a abordar, se pueden encontrar: educativa, preventiva, informativa; por lo general transmite mensajes dosificados.



Fig. 6 Ilustración elaborada con grafito, acuarela.

1.3.4.- Decorativa: Como su nombre lo dice es decorativa su funcionalidad, no son de gran tamaño siempre acompañan al diseño gráfico en publicaciones.

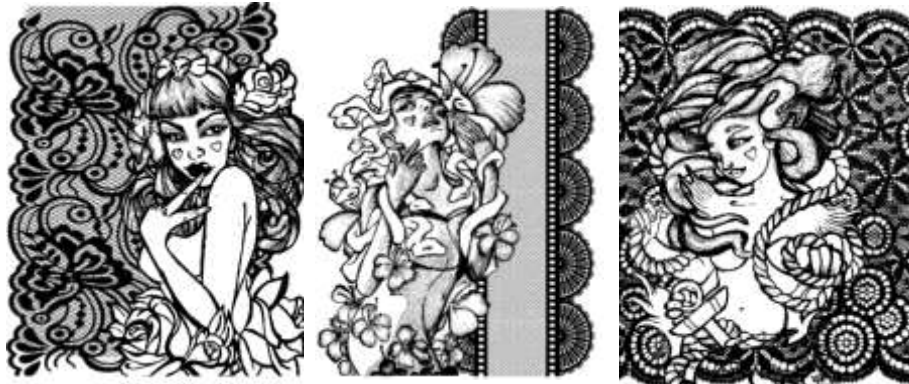


Fig. 7 Serie de 3 ilustraciones llamada "Seres Fantásticos".

1.3.5.- Cómico: La ilustración es interpretada para narrar historias que nacen de diferentes temas, podemos encontrar personajes, escenarios, todo es generado por la trama que contiene.



Fig. 8 Comic de la serie "The Get Down".

1.3.6.- Humor gráfico: Su finalidad es brindar humor al público, principalmente se encarga de realizar caricaturas, consiste en dar diferentes proporciones al cuerpo que se retrata.



Fig. 9 Ilustración Infantil elaborada en medios digitales.

1.3.7.- Portadas: El soporte es ubicado en una revista, libro, disco; esta ilustración debe de ser de gran impacto. Debido a que es la que atrae al comprador, se extiende en gran parte de la superficie.



*Fig. 10. Creación de una ilustración para disco
"La voz del alma".*

1.3.8.- Publicitaria: Es utilizada para promover una marca o producto, resaltando sus características, genera gran impacto entre el público. Ideas creativas son usadas se utilizan metáforas para resaltar todas las cualidades posibles.



*Fig. 11 Ejercicio
de reedición
publicitaria de la
marca De la Rosa.*

1.3.9.- De moda: Resalta la cualidad de la moda, se utilizan principalmente en textiles; se ocupa principalmente la figura humana, en su anatomía; su salida puede ser en un producto, ropa, accesorios, en diversos sublimados o estampados.



Fig. 12 Tiraje de playeras con la Ilustración "Encanto Natural".

1.4.- Bases, técnicas y mecanismos de la Ilustración.

Los ilustradores se desarrollan mecanismos que usan para la elaboración de sus trabajos; su base son los principales campos del dibujo analítico y descriptivo.

Para crear una ilustración lo primero que se debe hacer es tomar un lápiz como punto de partida debido que el dibujo es la base teórica de la ilustración tenemos:

- a) Dibujo intuitivo
- b) Dibujo interpretativo
- c) Dibujo de la observación de la figura

El dibujo es una disciplina muy amplia que los ilustradores llevan al límite. Para la ilustración lo más importante es el pensamiento creativo, para partir se necesita un tema, posteriormente:

- Elección del medio
- Uso de materiales
- Documentación del tema
- Generar ideas y composición de formas
- Metáforas visuales
- Bosquejos iniciales
- Limpieza y calidad de línea
- Contenido de color

Los componentes de la ilustración varían dependiendo de la interpretación que se tiene por la realidad o el estilo que se quiere interpretar, la técnica es un elemento que da características al terminado final.

Tenemos elementos importantes, por ejemplo:

- Punto
- Línea
- Contorno
- Textura
- Color

Todos son componentes primordiales para su elaboración, determinan el resultado final, son elementos que se coordinan y eligen para realizar una composición; dan solución al tema o idea principal. Cuando se conocen estos elementos el ilustrador es capaz de ocuparlos de una manera armónica y dar soluciones graficas; dentro de una composición podemos repetir cada uno de ellos sin caer a una exageración.

Cada autor es capaz de usar métodos y técnicas que más le favorezcan; los mismos que dan peculiaridad a su trabajo resaltando su estilo, haciendo distinción de los demás. Es cuestión de acoplarse y dar seguimiento para lograr un alto dominio de la técnica de preferencia: se usará una metodología que tenga lo necesario para conseguir la ilustración y que se presente con alta calidad asegurando el contenido final.

Cada estilo refleja la personalidad del autor con la experiencia que tiene con las técnicas, su procedimiento es más eficaz y rápido; la seguridad impulsa al autor a seguir trabajando a través de ensayos y practicando con los materiales que sean de su presencia o explorando nuevos.

1.5.- Medios de ilustración

Se tiene una gran variedad, a la hora de elegir las herramientas cada una de ellas da un acabado diferente. En mi caso, como autora; cuando empezaba a sumergirme en lo que es la Ilustración tuve la oportunidad de experimentar con la mayoría de estos materiales. Cada uno de ellos es muy diferente algunos son secos, acuosos, tintas, en fin, una extensa variedad lo único que los hace iguales es que te permiten llegar a una imagen.

1.5.1.- Lápiz: Es el medio más sencillo para ser utilizado, capaz de crear lo que el autor quiera; es el primer medio con el que se aprende a dibujar. Se realizan diversas prácticas de dibujo, existe una gran relación con el papel que se emplea, al utilizarse se puede dibujar en papel de color blanco o de colores, la dureza que tiene el grafito hará la diferencia de tonos, trazos, tenemos una variedad de lápices desde 6H a 6B; en ocasiones sobrepasan estos valores, el lápiz es el principio de toda obra.

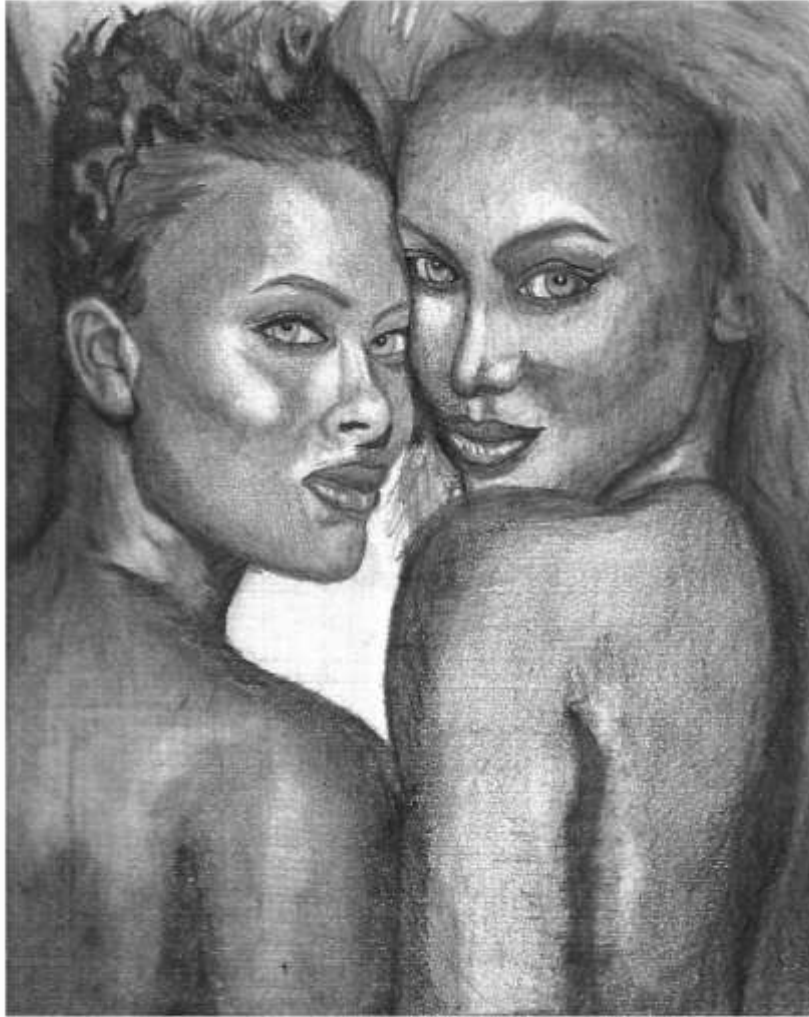


Fig. 13 Retratos de Grafito en papel de algodón.

1.5.2.- Pluma: La pluma es una herramienta fácil de manipular debido a su punta redonda y la salida constante de tinta, el *achurado* es el acabado, se trabaja en papeles de superficie lisa como lo es el couche; su calidad de volumen se presenta por la distancia que tenemos en cada línea o superposición de líneas; puede dibujar trazos muy finos y gruesos, depende de la fuerza que ejercemos sobre la pluma. Es de gran cuidado porque se puede manchar el trabajo al momento de su realización, se trata de una práctica continua.



Fig. 14 Ilustración con bolígrafo.

1.5.3.- Tinta: Esta se trabaja con agua, los tonos dependen de la cantidad de agua agregada; Se utilizan pinceles y un papel de algodón para que la tinta se absorba, dejamos un periodo de secado para grandes detalles, su grosor es determinado por los pinceles ocupados.

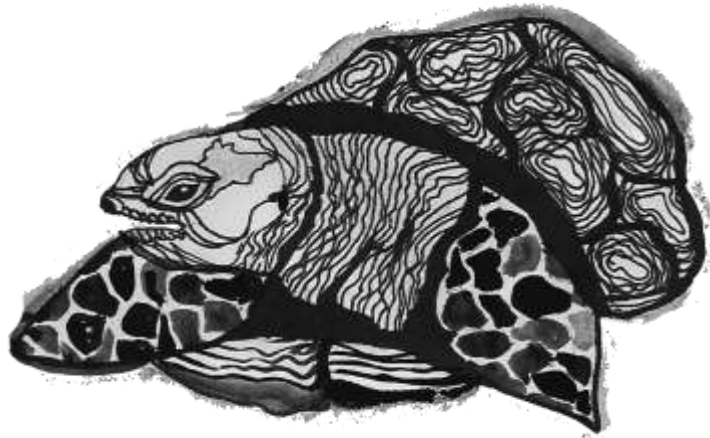


Fig. 15 Ilustración con tinta china sobre papel de algodón.

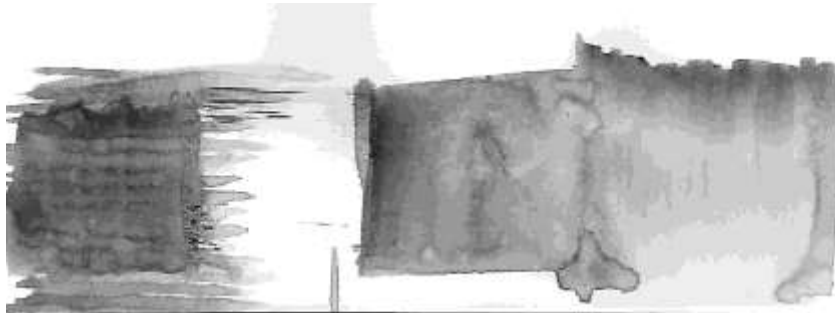


Fig. 16 Ejercicios elaborados con tinta china con sus diferentes porcentajes de agua.

1.5.4.- Lápices de color: Los colores más manipulables son los cremosos, permiten tener integración entre sí, existe una gran gama de color y grandes matices. El gran manejo entre valor, tono, saturación, que se emplea un papel de medio gramaje son compatibles todos los tonos.

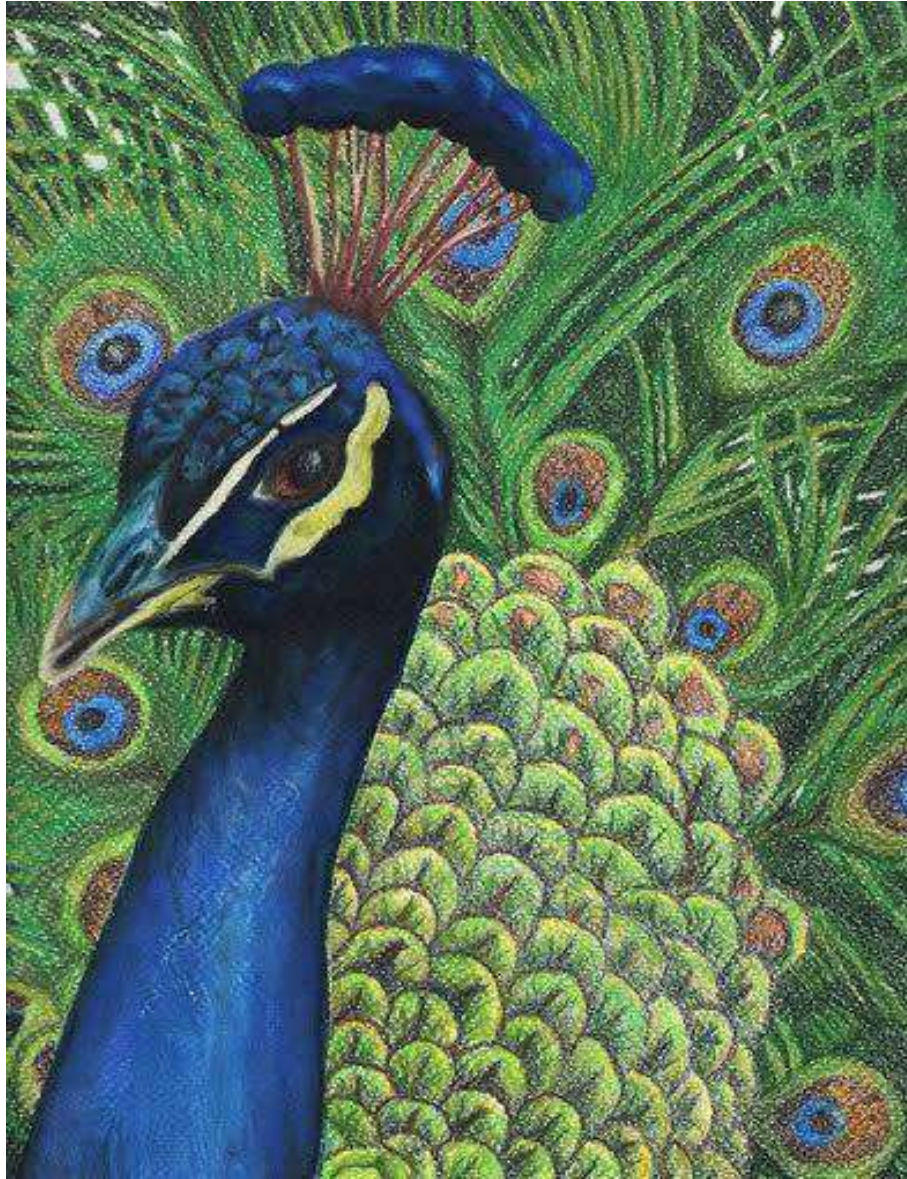


Fig. 17 Ilustración realista, se usó aguarrás para crear un efecto de nítido.

1.5.5.- Gis pastel: Son sucios si no se tiene limpieza en las manos, debido a que los colores tienden a oscurecer entre sí, a la hora de combinarlos. Se pueden hacer polvo; su principal papel es en tonalidad crema con un porcentaje de algodón con textura.



Fig. 18 Ilustración realista en papel de algodón.

1.5.6.- Acuarela: Se utiliza con agua y su gama tonal depende de la cantidad agregada, son rápidas para abarcar superficies; el soporte debe de ser en algodón para que permita absorber el pigmento y también presenta un periodo de secamiento para afinar detalles y levantar volumen.



Fig. 19 Ilustración de los perros más caros del mundo.

1.5.7.- Gouache: Es muy parecida a la acuarela, pero de un acabado opaco, se practica con pinceladas que aportan un flujo espontáneo, su viscosidad es alta en comparación de una acuarela.



Fig. 20 Propuesta realizada para un concurso del IFAI.

1.5.8.- Acrílico: Efectivo para realizar ilustraciones, da la oportunidad de crear una gran gama de color; mezclar los pigmentos entre sí. Utiliza pinceles de cerda sintética y en su mayoría planos, se puede trabajar como plasta o degradados, su soporte presenta una capa de algodón y cartón en la parte de atrás, incluso se ocupa para cubrir otros materiales inusuales al papel.



Fig. 21 Ilustración elaborada para una galería con el tema del 14 de febrero.

1.5.9.- Collage: Se utilizan recortes con sentido compositivo, no contiene texto; pero si presenta creatividad e innovación de ideas, podemos interactuar con recortes de algunas fotografías, cuando finalizamos el collage se presenta una idea totalmente nueva.



Fig. 22 Collage realizado con fotografías intervenido con pintura acrílica.

1.5.10.- Digital: En la actualidad es la principal para las nuevas tecnologías; ocupada por los ilustradores la mayoría de ellas son elaboradas por vectores o pinceladas; para trabajar necesitamos programas de diseño para su creación, como herramientas tenemos el mouse o la tableta. Gran parte de sus salidas se dan por parte de la internet lo cual aumenta su reproducción y su demanda.



Fig. 23 Ilustración realizada con el uso de vectores, se presenta un tema enfocado a la mujer mexicana.

1.5.11.- Pintura en spray (aerosol): Material que aporta versatilidad, rapidez, alto cubrimiento, secado rápido; permite llegar a otras superficies ajenas al papel, no siempre se maneja con facilidad es de tolerancia y práctica constante.

Belin (2017) afirma:

"Técnica pictórica más contemporánea".



Fig.24 Personajes con estilo tipo comic elaborados con pintura en aerosol.

1.6.- Innovación de materiales y soportes para la elaboración de ilustraciones.

El objetivo de la Ilustración es la producción de imágenes, que comunica información, a base de técnicas artísticas tradicionales y digitales. Vive de la demanda comercial, social y cultural; como toda disciplina ha ido cambiando a lo largo del tiempo, aparecen nuevas técnicas y aplicaciones, pero su principal objetivo es comunicar.

Hoy en día podemos llevarla a otro nivel gracias a los soportes que tenemos, podemos ver una ilustración en un camión, edificios, casas, bardas, etc., debido a la tecnología y los nuevos materiales que ofrece el mercado de pigmentos; por ejemplo, las impresiones en vinil no tienen limitaciones de superficie.

Quienes dibujan saben lo complicado que es el trabajo a gran formato, en muchos casos es romper con el tamaño carta: implica un desafío de talento, paciencia y certeza en el uso de la técnica.

Gracias a la tecnología para la fabricación de impresoras, tintas y sustratos se ha avanzado en la aplicación de ilustraciones, ahora los límites son menores, existen más lugares para exponer cualquier trabajo. La industria gráfica usa recursos de la impresión digital, impresoras capaces de imprimir miles de metros, con gran variedad de color y diferentes resoluciones.

Tener las ilustraciones en gran variedad de sustratos, permite la difusión del trabajo; obtener lonas, fachadas, mamparas, edificios con grandes formatos a una velocidad impresionante. Ver estos resultados en dimensiones monumentales amplía el público que observa la ilustración: existen características que dan mejor resultado, como la resolución, mensaje, gama tonal y la distancia proyectada.

El brindar nuevas propuestas de composición genera tendencias de aplicaciones entre los usuarios, contemplando el tipo de material que se usará para realizar cualquier imagen, resaltando cualquier proyecto que necesite la industria de la imagen proyectada.

Hoy en día crecemos junto a la par de las máquinas, por la tecnología, no hay límite de ideas todos los sustratos se acoplan a las necesidades. Cada autor que desarrolla una serie de ilustraciones, califica como se realizará la reproducción en estado físico después de crear la idea o boceto, eligiendo los materiales más apropiados.

Capítulo Dos

Ilustrando
a lo
grande



2.- Definición de Ilustración a gran formato.

La ilustración a gran formato está relacionada a las medidas que se emplean, ya sea ilustración digital o tradicional, tienen las mismas condiciones, tema, forma y técnica, utilizando los materiales adecuados para realizarse en soportes de grandes dimensiones.

Cualquier manifestación artística puede ser un medio para el desorden y algo más que está influenciado por el muralismo y el *graffiti*, sin embargo, la ilustración a gran formato busca el cambio por una vía menos radical y más reflexiva con un discurso visual; dónde su contexto es de estilos innovadores.

Gran parte de los autores practican el diseño inicialmente; acoplan los elementos y los llevan a la ilustración, cuando se conocen los estilos y vanguardias de arte, se reconoce que es otra manifestación totalmente distinta a la que se tiene de otras intervenciones públicas; es cuestión de analizar la composición y establecer su contenido visual que ofrece el autor.



Fig. 25 Ilustración a Gran Formato bajo el tema de prevención de adicciones.

2.1- Contexto de la Ilustración a Gran Formato

La ilustración a Gran Formato nace de la experimentación de los materiales, explorando dimensiones como en un inicio los murales. Está relacionada con el diseño debido a la composición previa que se realiza, compartiendo valores estéticos similares al igual que su identidad figurativa; el manejo de color o de línea que se presenta en la Ilustración a gran formato permite manejar estilos.

Existen diferentes caminos para lograr las intervenciones a gran escala, cada autor es libre de realizar la metodología que más le funcione y usar los materiales que más se acoplen a su trabajo: ofrece un estilo diferente.

Desarrolla su trabajo con base a diferentes factores que ha adquirido a lo largo de su vida, su localización, su formación académica, pero sobre todo la experiencia que adquiere con los materiales que utiliza el autor; con mayor tiempo de práctica presenta mejores resultados.

Son elementos importantes para la población que circula en estos lugares, como símbolos que identifiquen al transeúnte y tengan trascendencia en él, esto tendrá impacto para gente que transita cotidianamente, existe un mensaje fuerte y coherente y esto es difícil de lograr. El estilo es parecido a otras corrientes, pero los autores experimentan con nuevos elementos que mejoran y sitúan nuevas tendencias.



Fig. 26 Ilustración a Gran Formato narración visual del cuento, El principito.

2.2.- Características de la Ilustración a Gran Formato.

Se presentan las siguientes características para su elaboración:

- a) Dimensiones de gran escala.
- b) Plantear la idea antes del trazo para poder proporcionar y dar las dimensiones adecuadas a cada parte de la ilustración.
- c) Iniciar la propuesta grafica con trazos iniciales.
- d) El espectador puede observar a gran distancia la ilustración sin necesidad de pararse.
- e) Es reflexiva por medio de un discurso visual que se maneja.
- f) Se ofrece como decoración de interiores.
- g) Maneja temas de situaciones actuales, culturales, políticos, sociales, de caricaturas o de imaginación.
- h) Se realiza con pinturas acrílicas, pinturas vinílicas, aerosoles.
- i) Utiliza herramientas como brochas, rodillos, metros, boquillas de aerosoles y aerógrafo, como complemento de aplicación.
- j) La extensión es demasiado grande algunas ocasiones y se utilizan grúas, andamios para su elaboración.

2.3.- Materiales y procedimientos para la elaboración de Ilustración a Gran formato en un espacio público.

En primer lugar, se evalúa la calidad de la pared, en algunas ocasiones se tiene que resanar con cemento para dar un mejor aspecto y tener mayor disponibilidad en la intervención del autor. Después se realiza una base que tapaná los poros de la pared evitando que la pintura se absorba rápidamente.

Una vez ya seca la capa de pintura aplicada; se continúa con el trazo inicial que estructura la ilustración. Algunos autores ocupan gises, miden el área que se pintará; utilizan retículas, guías base, las cuales ayudarán a dar una mejor proporción a la composición.

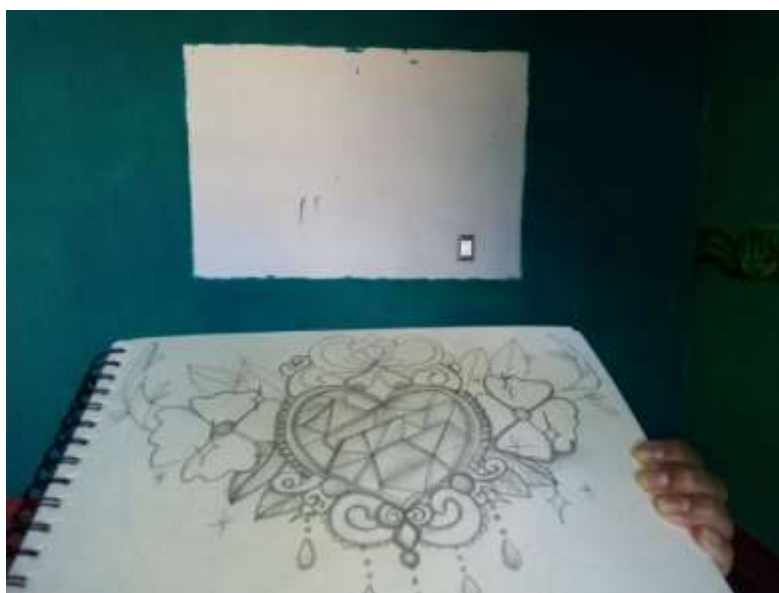


Fig. 27 Boceto previo para la elaboración de la Ilustración a Gran Formato.

Terminando el trazo se comienza con plastas de color, degradados o en el efecto de línea que depende del autor y su estilo; cada uno va dando forma a su ilustración acercándose a la idea inicial. Siempre se manejan bocetos previos para elegir la composición adecuada, o cuando son contrataciones de algún cliente es importante ofrecer la idea para conseguir la aprobación. Normalmente los materiales que se ocupan en paredes son; acrílicos, pintura vinílica y aerosol; cada uno de ellos aporta diferentes efectos que se realizan en su aplicación ofreciendo calidades de líneas y rellenos diversos. Es importante trabajar con los materiales que mejor se acomoden a las necesidades.

Poder ilustrar a gran formato es un nuevo aprendizaje, llegar a plasmar la idea más grande de lo que se puede imaginar inicialmente es disfrutar de la pintura en toda una experiencia; un acto gratificante poder llevar un dibujo a la pared, es inmortalizar la idea personal de cada autor, y compartir con la gente que pasará cotidianamente en ese lugar.



Fig. 28 Aplicación de plastas y difuminados de pintura.

Un camino lleno de intervenciones públicas resaltando la pintura que respalda la creatividad. Lo más difícil es imaginar los bocetos a gran tamaño; posteriormente el creador se va adaptando y con cada nuevo intento la experiencia aumentará, es importante conocer elementos que ayudará a la hora de la aplicación, por ejemplo: sombras, luces, volumen, degradados, rellenos, gama tonal y por último mezclas de color.



Fig. 29 Aplicación de aerosol.



Fig. 30 Ilustración terminada a gran escala.

Capítulo Tres

Espacio público,
lugar de
intervención



3.- Definición de Espacio Público.

Un espacio donde se adquiere información y conocimiento sobre la actualidad y la vida misma. Su objetivo es investigar los grupos públicos y privados. El espacio público es de gran importancia para el impacto de desarrollo urbano como objeto de estudio con énfasis a la Ilustración a gran formato.

“El espacio público ha sido objeto de estudio, ha sido visto como escenario educativo, a partir del cual se otorga importancia al significado que tiene la vida pública y de encuentro con los otros, que moldea comportamientos de las personas en la medida en que funciona como un conjunto de oportunidades para el aprendizaje”.

(Burbano, A. - Páramo, P. 2014, p. 36)



Fig. 31 Niño tratando de pintar con pintura en aerosol.

Dentro del espacio existe el intercambio de ideas, seguidas de intervenciones artísticas que ciertamente son de arte efímero, contemporáneo callejero; que engloba elementos pictóricos combatiendo diferentes situaciones de un sitio público.

Toda persona tiene el derecho de estar en plazas, calles, parques, que son abiertos, pero de igual manera pueden estar en lugares cerrados como: bibliotecas, centros comunitarios existe una relación en todos los sentidos culturales, sociales, territoriales, económicos.



Fig. 32 Intervención realizada en el mercado de San Isidro, Edomex.

El espacio público expresa relación entre la administración pública jurídica que tiene dominio, mantenimiento de uso, eso no quiere decir que es ajeno a los procesos culturales.

Cualquier intervención en un espacio público deberá tener argumentos para su realización, todas las personas tienen derecho a ofrecer propuestas que favorezcan su uso, con el apoyo de las administraciones.

Un factor que ha dado mayor importancia a algunos espacios culturales es la economía que juega un papel predominante en los individuos; convirtiéndolo en un espacio laboral, el cual genera riquezas, por ejemplo: el parque, la plaza, la avenida o calles; todos ellos se convierten lugares cotidianos, donde uno realiza sus actividades de carácter social y económico.

Un espacio público se conforma con historia que nace de los usuarios donde comparten momentos y anécdotas de su vida; expresando ideas y gustos que fortalecen identidades.

El presente se forma del pasado: en el espacio público donde se relacionan. Las personas expresando la cultura. Integrando a la comunidad un intercambio de ideas que surgen en la calle y concurren dentro de las intervenciones pictóricas.

Es simbólico un lugar capaz de recibir tantos encuentros entre individuos, establecer comunicación entre cualquier grupo social: se acopla a las necesidades humanas un espacio de encuentro social, cultural, político e intercambio económico.

El espacio es ocupado por diferentes personas en el que todo el público pasa a un anonimato, llega a pasar con el control de algunos espacios donde existe un dominio territorial, ocurren conflictos por individuos o grupos que los utilizan.



Fig. 33 Intervención realizada para el Congreso Estéticas de la Calle, en la Escuela de Antropología e Historia.

3.1.- Definición de intervención artística

Una intervención realizada en la calle es efímera, sin embargo, su aportación visual busca entender los nuevos modos de arte, que interactúan en la sociedad, todas componen un entorno algunas encajan otras no; la sociedad no aprueba una cierta cantidad de ellas porque se reconocen como desorden y vandalismo.

GALENDE, F. (2014) Afirma:

“Arte creado especialmente para su interacción con un espacio, situación o contexto determinado, ya sea otra obra de arte, el espectador, una institución o un espacio público. Estas obras pueden tener un carácter efímero o permanente, dependiendo del soporte y el lugar en el que se realicen”.

Una intervención en el entorno cotidiano inspirará y mejorará el estado de ánimo de cada habitante de una comunidad llevando el arte a las calles. Dar luz, color en cualquier espacio que tiene valor simbólico a su comunidad; se pueden pintar muros, techos, calles o cualquier espacio público que se muestran lienzos. Donde el color toma vida crea composiciones, es convertir a México en un museo gigante que refleja la vivencia que tienen sus habitantes creciendo de gran magnitud el talento la creatividad y enorgullecer la riqueza cultural local.

Todos pueden realizar estas intervenciones creando obras que narran vivencias, aportan conocimiento o relatan ideas; son medios de expresión donde ocurre un intercambio de información, de ideas, incluso de energías. Es un proceso de retroalimentación con características específicas, todas requieren diferentes producciones y gestiones; tenemos intervenciones con vocación, efímeras, de contexto o decorativas.

Hoy en día las intervenciones cuentan con mayores escenarios donde pueden llevarse a cabo cada una de ellas, pero existen límites para su elaboración: posibilidades económicas, dimensiones del espacio, disponibilidad de los involucrados, permisos; pensando en las posibilidades que pueden surgir.



Fig. 34 Intervención realizada a un costado del Palacio de Bellas Artes.

3.2.- Prácticas culturales en el entorno público.

Cuando uno se enfrenta a un espacio público vacío que carece de color; presentando miles de ideas a pintar, se hacen a un lado todas las preocupaciones, lo único que se desea es querer pintar, transformar el lugar.

Al ver prácticas que intervienen el entorno cotidiano, será imposible quedarse quieto frente a una intervención artística. En algunas ocasiones son tan buenas que son parte del arte, sensibilizan a la comunidad y acercan a un contexto pictórico.

Cof (20 junio 2017) Afirma:

“¿Qué es lo bueno de pintar en la calle? Aportar un mejor estado de ánimo a la gente un mejor pasar, y si de repente uno puede logra incentivar a esa persona a que pinte o que gire creatividad del modo que más le guste es lo bueno de pintar en la calle.”

La interacción del público con la ilustración es algo gratificante: las colonias que encierran el Oriente de la Ciudad de México: sus calles, avenidas, y sus bardas se han vuelto espacios de prácticas culturales que emiten mensajes de comunicación. Se conforman de áreas que permiten observar la imagen del entorno social.

Conocer el público a quien va dirigido el mensaje es de suma importancia para la intervención de espacios, percibiendo el contenido con la comunicación visual, con ayuda de la semiótica, interpretando, traduciendo las señales y símbolos por los usuarios que codifican la información.

Algunas ocasiones el público se forma como cliente, a través de la demanda, que forja su estilo y para llamar su atención; algunos autores crean su línea de productos con sus ideas, ilustraciones, diseños, después le dan un valor monetario vendiéndolos entre su público.

3.3.- Tipo de mensaje que emiten las intervenciones artísticas en la sociedad

El proceso de la comunicación se compone de un **emisor – receptor – mensaje**, entre estos se da el intercambio de ideas, comprensión de información siendo mutuo.



Fig. 35 Esquema del proceso de la comunicación.

DeFleur, M. (1993) Afirma:

“La comunicación humana desde cinco perspectivas: como un proceso semántico, neurobiológico, psicológico, cultural y social.”

La comunicación es una necesidad social, hoy en día la tenemos en la calle, en los muros quienes presentan una idea de la imagen; generan un impacto dependiendo su mensaje. Tenemos comunicación en superficies de gran escala al alcance de cualquier persona, la pintura aproxima a los valores y la cultura.

En el Diccionario de lingüística moderna de Alcaraz, E. (1997), Afirma esta definición de comunicación:

“Una intervención artística aporta para la comunicación ideologías, intereses, ideales, cumpliendo con funciones pragmáticas de la imagen. Tenemos una función artística que se representa cuando el interés es de expresar la interpretación de un autor hacia un objeto.”

Este tipo de expresiones tienen distintos fines y motivaciones, esto depende de la necesidad del autor y sus ideologías, desde la simple autorrealización, la necesidad de transmitir un mensaje o queja; en muchas ocasiones se ha formado entre artistas, colectivos, asociaciones y ciudadanos.

El lenguaje de una intervención artística va con las intenciones de expresar emociones, gustos y preferencias del autor; por otro lado, tienen un contexto de acuerdo a situaciones de vivencia o hechos que trascienden la vida del autor.

La representación que hay al realizar una intervención ya sea de manera pictórica o física depende del enfoque del lenguaje reflexivo: un sentido pensado que reposa el objeto, la persona, la idea, o el evento del mundo real. Este funciona como un espejo que refleja el verdadero sentido como el que existe en el mundo, los signos visuales aportan relación con la forma y textura de los objetos.

Se recuperan espacios por medio de arte, en ocasiones esta recuperación de espacios involucra a los artistas; va más allá de solo la intervención de muros, se lleva a cabo una investigación previa de las zonas a intervenir, dando así un resultado con más significado y por lo tanto con mayor valor para vecinos de la zona.

La información se torna en un discurso visual, que aporta la situación, que vivimos con un mensaje fijo, con una visión que es proyectada por el autor donde relata su vivencia con una imagen; van relacionadas con la historia y la conexión cultural. influyen en actualidad. Dicha conexión ha iniciado con estilos y tendencias, vinculados con temas y contextos en la cultura de mercado, música, publicidad y moda. Siempre han existido tendencias pictóricas que son evaluadas por valores estéticos de la imagen.



Fig. 36 Fotografía del autor Lefokou.

3.4.- Mensaje que emite el lenguaje de la imagen.

Nuestro sentido de la vista percibe estímulos del entorno capturando información, formando imágenes que emiten un mensaje; determinado por un número de elementos, que cumplen una función. El mensaje utiliza el código de la lengua para expresar su pensamiento personal, resaltando la comunicación en masas, imponiendo la lingüística con bases gráficas, ocupando signos forjando un pensamiento. En definitiva, el mensaje es un producto e instrumento del lenguaje, se desarrolla en relación a la combinación de signos como soporte del lenguaje visual asociando el discurso que se propone en la imagen.

“La extensión semiológica de la noción Lengua / Habla plantea sin duda ciertos problemas que evidentemente coinciden con los puntos en los cuales el modelo lingüístico no puede mantenerse y tiene que ser reelaborado”.

(Barthes, R. SF. p. 33)

El lenguaje de la ilustración se encarga de visualizar conceptos, ideas con un proceso creativo en problemas de la comunicación visual, donde integra el diseño, influyendo de tal manera que forma parte de la sociedad, cultura, conociendo y compartiendo información que se respalda con imágenes. Es adoptado por los usuarios generando su estilo con ayuda de redes sociales que se encargan de compartir en cuestión de segundos. Desarrollamos el concepto visual en conjunto con la información proporcionada, teniendo un planteamiento estético, emotivo, de color, forma, textura, icónico, compositivo; con estos elementos se argumenta y se compone. La claridad de la imagen depende del contenido del mensaje que se transmite; sin contexto, no es ilustración.

El ilustrador es quien se encarga de dar la iniciativa visual al público proyectando ideas, avanzando en el ámbito de la comunicación de forma eficaz y creativa, al paso del tiempo se desarrollan nuevos contenidos con nuevos temas de información que favorecen al público en determinados tiempos siempre junto al contexto; la revolución visual se desarrolla hoy en día con los contenidos digitales, con ayuda de ordenadores y programas que mejoran el material visual, lleno de nuevas propuestas.

3.5. - Mensaje que emite el lenguaje del color.

Los colores se encuentran dentro de nuestra percepción basada en la experiencia, siempre y cuando tengamos presencia de un estímulo luminoso, si no tenemos luz no percibimos los colores. El brillo, la luminosidad y la saturación son factores que influyen en la percepción de los colores, en relación a la exposición y ausencia de luz.

“La orientación visual permite el reconocimiento de las diversas características”.

(Küppers, H. (1978), p.102)

Nosotros percibimos la gama cromática de los colores, nos brindan mensajes que se expresan en contextos diferentes, refuerzan del mensaje y su amplitud es bastante grande. Conocemos colores naturales y colores pigmento, todos se encuentran en nuestro entorno capaces de interactuar con nosotros. El lenguaje del color es bastante amplio, nos permite comunicar acciones, sentimientos, características; un gran número de ventajas con el uso adecuado de todo el lenguaje del color.

Usar los colores es sencillo si conoces algunos conceptos previos que ayudaran en su uso, tenemos tonos primarios, secundarios, terciarios, que juegan con la saturación total y brillo.

“La armonía en el color – nuevas tendencias están dividido en secciones para mostrar aspectos del color y combinaciones de colores que explican en forma visual el efecto que el color tiene en nuestras vidas”.

(Pride, W. (1994), p. 12)

El color tiene tres características importantes:

- a) El matiz. - es el verdadero color dentro del círculo cromático tenemos 10 matices:
 - Rojo
 - Naranja
 - Amarillo
 - Verde amarillento
 - Verde
 - Verde azulado
 - Azul

- Azul violeta
 - Violeta
 - Violeta rojizo
- b) La luminosidad. - es el tono de cada color la cantidad de blanco y negro, mezclada con el matiz.
- c) La saturación. - es la intensidad del color, colores claros y oscuros.

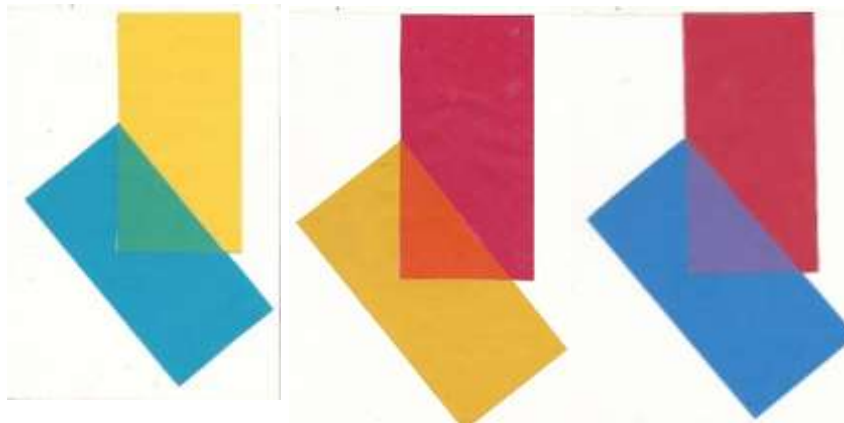


Fig. 37 Ejercicio de papel para conocer los colores primarios y secundarios

Pride, W. (1994) Afirma:

Cada color nos aporta un significado, por ejemplo:

- Rojo: el color del amor, apasionado de gran atención muy preferido entre los jóvenes. Produce la sensación del calor, está asociado con las ideas de combate, de guerra, violencia, revolución, sangre, el crimen.
- Naranja: color de creatividad, éxito y calidez; abre el apetito en alimentos, se asocia con la energía, lo extrovertido.
- Amarillo: alegre, el de las riquezas, inteligencia, fácil de cansarnos, primaveral, denota precaución.
- Verde: tranquilo, color de la naturaleza, fertilidad, pero venenoso, la envidia, nueva vida y sabiduría.

- Azul: color del silencio, excelencia, joven, deportivo, de gran riqueza. Color de la empatía, armonía, la amistad y la confianza; el color de lo eterno, de lo divino, infinito, fantasía; el color más frío.
- Púrpura: se asocia con lo sofisticado, lo real, tecnología, la magia, el feminismo, poder, extravagante, lo frívolo.
- Rosa: color de dulzura, cursi, de encanto, ternura, gratitud, suave, erótico, ilusiones, milagros, femenino y de amistad.
- Café: triste, nostálgico, se asocia con lo rústico.
- Gris: el color del aburrimiento, de lo anticuado, de la crueldad, sin carácter, sentimientos sombríos, lo inhumano, vejez, del olvido y el pasado.
- Blanco: de pureza, paz e inocencia, de comienzo, de bien, de la perfección, limpieza, inocencia, el color de los muertos, de los espíritus, del vacío, lo ligero.
- Negro: de la noche y la muerte, pero también de la riqueza y elegancia. El negro es el final, el color del duelo, de luto, de odio, egoísmo, de lo sucio, lo malo y la culpa.
- Oro: dinero, felicidad, lujo, brillo, fama, belleza.
- Plata: el color de la velocidad, del dinero, de la luna, e
- Del pensamiento, platino, distancia, intelectual.
- Marrón: color de lo acogedor, de lo corriente, pereza, antipático, anticuado, robusto, de los pobres, del secreto.

Otra gran separación de color, tenemos los colores:

- Cálidos: matices rojos al amarillo son llamativos y agresivos, despiertan nuestras emociones de alegría, exuberantes.
- Fríos: matices verdes al violeta, recuerdan a la nieve y el hielo, opuestos a los cálidos, sombríos.

“Un pigmento es un material sólido de color reducido a partículas mínimas”.

(Martin, J. (1995), p. 15)

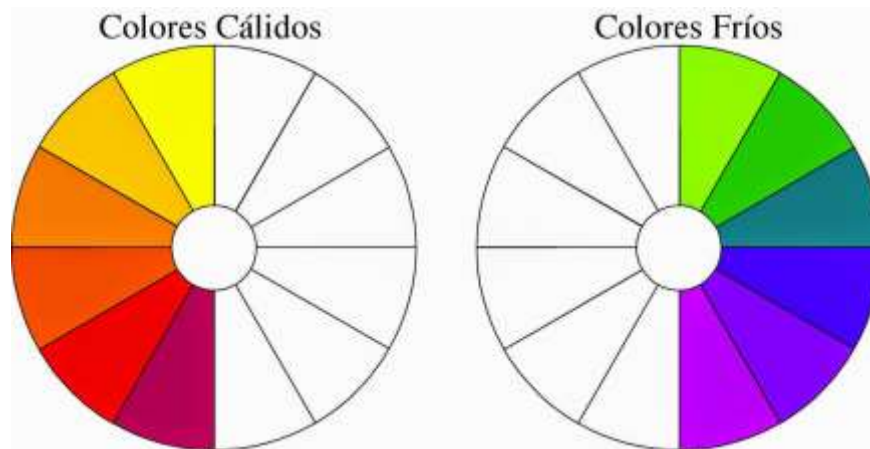


Fig.38 Variantes de los colores cálidos y fríos.

El lenguaje del color en una intervención pictórica y requiere de materiales como lo es la pintura que se conoce como pigmento; nos aporta color que se quedará en un material; tenemos variedad de materiales sintéticos y naturales que atraviesan un proceso químico según con la finalidad de su uso para las diversas técnicas pictóricas.

Cuando compramos pintura nos ajustamos al color que nos ofrece la marca, ocupamos la gama adecuada para reafirmar el concepto que se quiere llegar con la técnica de ilustración.

“Para adquirir una mayor destreza en la mezcla de colores es necesario practicar con el fin de irse familiarizando con las pinturas y las gamas que se pueden llegar a crear”.

(Martin, J. 1995, p. 34)

Realizamos mezclas para poder obtener los tonos deseados, jugar con los matices posibles, elegir la intensidad y luminosidad que se desea tener. En algunas ocasiones depende de cómo será aplicada, si la colocaremos en capas o en la forma de integración aplicada.

“De todas las influencias visuales que actúan sobre nuestra capacidad de percibir los colores en cualquiera imagen el color del tema es probablemente el elemento más sencillo de identificar y un punto de referencia a partir del cual se inicia un análisis del color”.

(Martin, J. 1995, p. 84)

El color nos permite manejar ciertas características en la ilustración, como el caso de la variación del tono que realiza la sensación de planos. Jugar con la luz y sombra altera el color, es importante ubicar nuestra fuente de luz para obtener una dirección correcta en la aplicación de tonos.

3.6.- Intercambio de ideas recíprocas entre la sociedad y el autor

El humano comunica su pensamiento por medio de imágenes compartiendo contenido visual. Para todo el espacio público cercano, su pensamiento refleja situaciones de interés, de reflexión o meramente estéticas: la estética evalúa la idea, composición y forma en que se realizó la imagen.

Los contextos surgen a partir del tema que se propone en la ilustración a Gran Formato; podemos encontrar temas relacionados con belleza, naturalidad, vegetación, fauna, místicos, fantásticos, comic, narrativos, sociales, de prevención, de salud, informativos, de estilos, vanguardias; en fin, un inmenso universo por abordar en una intervención pictórica.

Cada persona tiene una idea de cada Ilustración o intervención pictórica que encuentra en su espacio cotidiano, podemos encontrar personas que tienen una postura de aceptación o al contrario de oposición. El gusto se da por géneros, por conocimientos de ellos o incluso experiencias personales que han vivido en la preparación y realización de una intervención.

La sociedad puede tener problemas con la intervención de algo que no le gusta o en su defecto le molesta, sin embargo, no todas las intervenciones son rechazadas cuando el autor fomenta una actividad aprobatoria, que incluye una solución a una problemática o se acompaña de un tema con un mensaje; si el espacio mejoró la personalidad del lugar puede que la sociedad lo apruebe.



Fig. 39 Propuesta realizada bajo el tema La familia como prevención de adicciones, para la alcaldía de Álvaro Obregón.

Retomando la idea del gusto podemos encontrar la otra postura del espacio donde existen autores que buscan el reconocimiento de su nombre, no de su aportación visual que mejore el entorno. Guerra de estilos tenemos en los espacios abiertos, ideas que se presentan en murales, *stickers*, *graffiti*, ilustraciones, publicidad de marcas o incluso de ideas.

Cada persona que se desenvuelve en su espacio tiene un lenguaje visual que desarrolló cotidianamente influenciado por cada uno de los demás; creadores de su personalidad y gustos.

¿Qué propone un autor cuando realiza una intervención en el espacio?

Brindar ideas, mensajes, gustos y preferencias. Un mensaje que lleva un valor positivo tendrá el apoyo de la sociedad; la intervención modifica el valor del espacio, si ocurren varias modificaciones e intervenciones pasa a ser un espacio artístico por el simple hecho del desarrollo de estas actividades.



Fig. 40 Intervención realizada en Iztapalapa, CDMX.

Una intervención en la calle, no son obras de arte porque en la mayoría de las veces son intervenciones efímeras no destinadas a perdurar. Pero estas intervenciones cuentan con mensajes que transmiten valores, establecen contextos, situaciones, buscan crear conciencia o embellecer el espacio.

RSES Crew, (2017) afirma:

“Las intervenciones del espacio son aceptadas si existe un intercambio benéfico entre el público y el autor, se crea un apoyo mutuo. Al establecer una relación entre AUTOR – SOCIEDAD; partimos de la imagen que transforma a la cultura, donde puede mejorar el contexto de la ciudad.”

(Auditorio del plantel centro UACM, CDMX)

Los mejores espacios son los cotidianos al alcance de todos, las intervenciones son un proceso simultáneo donde se acompaña: la imagen, retórica visual, composición entre más. Ocupando los espacios cotidianos con intervenciones para el público en general; el proceso cultural es una transformación consciente, dentro de un cambio plural, de los intervinientes. Dentro de la cultura pueden existir mensajes paralelos que, aunque no es el que quiso dar a entender el autor, es el que entiende el público e interpretado a su manera, dependerá su referencia positiva o negativa.

Capítulo Cuatro

Cultura
Underground



4.- Definición de la Cultura Underground

La contracultura se margina de la sociedad ordenada y rígida, creando medios de expresión para sus propios fines, como: revistas, periódicos, lugares de reunión, salas de exposiciones, etc.

La cultura nace de la civilización, se compone de grandes elementos el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ética y las costumbres; adquiridos por la percepción del humano y desarrollados por sus vivencias en su entorno, de manera espiritual gran parte estética. Se comparten obras e intervenciones en el entorno cotidiano.

Tenemos diferentes subculturas, varían unas de las otras; depende de su locación, de su economía, intereses, su grupo social; existen miles de factores que componen la cultura. Las subculturas tienen sus normas y expresiones, las que son aceptadas no siempre será necesario que deban llevar un mensaje asociado.

Daufouy, S. (1973) afirma:

“El término underground, (subterráneo o alternativo), designa cualquier producción que no circula por los canales oficiales de la comercialización, que se sitúa al margen de los cultores oficiales del sistema y que vive por sus propios medios”.

Lo *under* ironiza elementos cotidianos, desafía ideales establecidos, propone imágenes llenas de creatividad, no busca vender, pero si difundir un mensaje creando conciencias alternas; lo más destacable en la contracultura es: el contenido subversivo, en el momento que se defiende la intervención, la modificación de las perspectivas sociales donde surge un cambio resaltando la misma cultura impuesta.

En algunas ocasiones llega a ser muy popular en el medio al ser aceptada por muchas personas, relacionándose con las masas. Aporta ideas que se presentan en intervenciones sociales al alcance de todos; la salida de las intervenciones varía de acuerdo a la necesidad del autor, su aportación a la cultura, los intereses y habilidades que presenta cada uno.

Todas las intervenciones culturales que realiza el humano dejan huella en la vida cotidiana, siempre habrá de qué hablar y qué observar; emiten mensajes llenos de ideas que ocupamos en la vida.

4.1.- Origen de la Cultura Underground

Nace de movimientos, intervenciones culturales o expresiones artísticas que están en contra de algunas corrientes; presentan un carácter experimental, crítico, con nuevos argumentos. Muy ligado con la música en algunos géneros como el rock psicodélico, el punk, el rap o el metal entre otros...

“La libertad de expresión y la libertad de prensa existen no solo para el portavoz o el propietario de la prensa, sino también para su auditorio. En otras palabras, parte de la libertad de expresión es el derecho de la gente a tener acceso a una variedad de puntos de vista y opiniones”.

(Schrank, J. (1989), p. 246)

La cultura es interpretada de diferentes maneras cada quien inicia sus nuevos proyectos; para aquellos que siempre están con las mismas ideas que intentan mostrar la otra cara de la moneda. Todos tenemos diferentes puntos de vista e ideas referentes a las situaciones cotidianas, la libertad de expresión es plural respecto a un tema, cada ciudad o comunidad, tiene sus propias ideas u opiniones para no tener un juicio cerrado de información, siempre es bueno conocer para juzgar.

“Para nada se sospecha que la lengua visual vive en el pueblo y, sirve o no sirve, es buena o mala en la medida en que conviene a la expresión y desarrollo de ese pueblo”.

(Garreton, M. A. - Valdés, H. (1975). p.32)

El público observa todas las manifestaciones que ocurren en su entorno forjando una postura de acuerdo a su aprobación, existen diferentes factores que intervienen como lo es la música, escritura, pintura, cine, el arte callejero.

La cultura *under* en un principio solo se conocía si tu trabajo estaba en la calle, era la única forma que alguien te podía ver y conocer tu nombre. Hoy en día si tú tienes redes sociales y lo compartes en la Internet, es cuestión de minutos para tener vistas de miles de personas sin tener la necesidad de encontrarlo en la calle físicamente.

¿Qué te hace pensar que todo lo que está en la calle es arte? No siempre lo que vemos en la calle justifica ideas que se basen en un contexto, el tener bastante seguidores en redes sociales no es sinónimo que sea un artista, si acaso el ego de ser visto, reconocido, aclamado o en su defecto pagado.

Cuando se interviene un espacio de cualquier manifestación artística, como pictórica, se muestra un espacio que tiene una identificación, transformando el ambiente con identidad apropiándose del territorio. Cualquier espacio puede ser intervenido, por ejemplo: una hoja de papel, pliegos, libros, revistas, muebles, objetos, bardas, etc.

Todos pueden intercambiar estilos y mensajes, fortaleciendo lugares, lazos, conocimientos como habilidades artísticas; pueden nacer híbridos culturales capaces de realizar adaptaciones, integrar nuevos elementos y todo aquello que pueda mejorar la subcultura.

Ante esta situación se abren todas las manifestaciones que representan la vida cotidiana de diferentes maneras, con un ambiente de libertad en las ciudades: donde la gente desarrolla su identidad ante la sociedad con representaciones visuales constantes.

Con símbolos, significantes, manifestaciones abren la posibilidad de conocer nuevos conocimientos de comunicación fortaleciendo la cultura visual; finalmente es una nueva mirada que falta por explorarse, únicamente conociendo el discurso visual que aportan las diferentes intervenciones por medio de la comunicación.



Fig. 41 Intervenciones en parques deportivos en Iztapalapa.

4.2.- Variantes de la Cultura Underground

Es un idioma que habla por sí mismo, es la apropiación de elementos por la juventud, no hay parámetros ni límites, pero si hay muchas ideas. Lienzos que están a la mano de todos, pero siempre es bueno aportar algo de identidad y fomentar buenos trazos.

“Es un indicador de que hay pensamientos, sentimientos en la calle, en todos lados y las paredes te lo dicen, encuentras mensajes de apropiación, de experimentación y de reafirmación y eso se me hace interesante y genuino y funciona también como un contrapeso contra los mensajes de la publicidad comercial que en su mayoría muestran mensajes altamente agresivos y estereotipados, contra género y diferencias en la población”.

La Internet volvió la cultura *underground* en un producto o servicio de consumo, establecido por las masas que interactúan entre sí; llega hasta una escala masiva, se vende en el mercado las ideas y estilos personales.

Los seguidores buscan conocer habilidades, técnicas, gustos, para poder semejarse a su persona que influencia sus actos: determinando su relevancia y significado, creando vínculos entre la cultura local y global, apropiándose de espacios de expresión.



Fig. 42 Aplicaciones de uso diario, para compartir el trabajo de cada autor.

4.2.1.- Graffiti

Compartir mensajes en todo rincón urbano, se ha convertido en una expresión personal como cultural, presentan situaciones sociales, políticas y artísticas. Es una forma de apropiación al espacio en el que ocurre un discurso visual, se comparte un mensaje que se entiende entre el público.

“Desde la segunda mitad del siglo pasado, la calle vio nacer a un nuevo lenguaje; este se comunica con caligrafías, placazos, murales y graffiti”.

(Valenzuela, J. (s, f). p. 7)

El *graffiti* es una cultura que nace en Estados Unidos, en los barrios pobres de Nueva York, ha ido adoptando códigos, según la ciudad en donde se realiza. Se ha convertido en un lenguaje que nos deja conocer el nivel urbano, su identidad, sus costumbres e incluso tradiciones sociales.

Es una forma de expresión popular en los barrios dichas manifestaciones ocurren en el espacio público: se aplican en calles, paredes, así mismo se asocian a la identidad de cada individuo que lo realiza.

“De la misma manera la irrupción del movimiento grafitero asociado al HIP – HOP emergió enarbolando códigos anclados a los problemas de barrio y el ghetto, denunciando la opresión, el racismo y las precariedades de la vida cotidiana; sin embargo, punto amplio para sus técnicas, temas y estilos”.
(Valenzuela, J. (s, f). p. 9)

Las ciudades se han convertido en lienzos de interacción humana, construcciones sociales por los espacios públicos al ser pintados por autores. Todo aquello con lo que se interactúa pasa por un proceso comunicativo de significados, su principal distinción del *graffiti* es de manera legal e ilegal.

“Marcadores: además de las latas de aerosol, los escritores utilizan marcadores con base solvente o con base aceite, correctores líquidos o cualquier instrumento que deje marca en el paisaje urbano”.
(Valenzuela, J. (s, f). p. 12)

Para el escritor de *graffiti* su principal objetivo es dejar su nombre, su *tagg* en alto, en todos los lados que pueda ser visible para el público, cada lugar en el que el interviene deja su esencia, su estilo, no todos los espacios son con permisos. Tenemos una gran variedad paredes, anuncios espectaculares, postes, banquetas, parques, fachadas de casa, zaguanes cualquier espacio que tiene el grafitero podrá intervenir. La diferencia es que la mayor parte es de manera ilícita sin consentimiento; por lo que trae consecuencias negativas y rechazo por parte de los terceros.

Se disputa la visibilidad en la ciudad admirándose con sus sentidos, sus estéticas y sus protagonistas; el *graffiti* debería de apreciarse como un deporte extremo con la audacia, riesgo y valor que cada autor invierte en cada hazaña, hemos tenido lesiones e incluso se ha llegado a la muerte al caer de lugares muy altos.

Tenemos *taggs* son trazos muy básicos, pero diferencian el nombre de cada autor.



Fig. 43 Realización de un tagg.

La *bomba* suele ser de colores, en sus casos solo pueden ser dos colores uno para el relleno y el otro para su corte, tenemos *outline* por fuera que brinda un realce favoreciendo la visibilidad.



Fig. 44 Boceto de una bomba.

Las *piezas* son de mayor complejidad aparecen más elementos en la elaboración, sus trazos son de gran precisión y su gama cromática aumenta.



Fig. 45 Pieza elaborada en Xochimilco.

Los caracteres son personajes un elemento de la ilustración contemporánea animales, monstruos, comic, héroes, personajes famosos, de autoría, todos forjando un estilo del mismo autor, algunas ocasiones se hacen reproducciones con firma del autor si es fácil su elaboración será más rápida de reproducir. Algunas veces se crean marcas registradas abriendo una línea de productos que se pueden vender.



Fig. 46 Carácter realizado en un evento de Graffiti en la CDMX.

Se ha ido desarrollando una interesante tendencia al muralismo apropiando algunos criterios y propuestas estéticas que transforman la ciudad apoyándose de su legalidad. En México tuvo un gran auge en los años 89, 90, 91 del siglo pasado; los primeros trazos de cualquier grafitero se basan prácticamente en sus libretas. Después emergen en las paredes donde se vive un duelo por tener los mejores espacios sin costa de robarlos entre ellos mismos, la competencia sube y si cuentas con un *crew* podrás tener apoyo llegando más alto; sin embargo, la experiencia personal te hace inventar estilos y reflejar tu identidad en la pared.

El intervenir una pared, fondear, realizar una producción con los mismos colores, manejar el mismo estilo o temática: origina grafitis más complejos que los ilegales. La evolución se presenta con la llegada de nuevos materiales que son de mayor pigmentación, la gama de colores es amplia se tienen diferentes tonos por color, algunos nos ofrecen acabados especiales, también tenemos diferentes boquillas de los aerosoles: cada una se encarga de realizar trazos de diferentes grosores. La exigencia de un trabajo es parte de la evolución de nuevos materiales en el mercado.

Hoy en día el *graffiti* ha tomado diferentes horizontes además de la práctica ilegal, ha ido tomando un lugar en prácticas culturales, de manera legal a través del mensaje que emiten sus intervenciones con mayor detalle y acercándose a un contexto actual. Es aliado popular señalando injusticia y abusos; su gran capacidad de dar voz y visibilidad; tenemos *graffiti* que dan mensajes amorosos, de impacto social, de naturaleza, de tipo comic, caligrafías, en algunas ocasiones sentido realista e hiperrealista.

4.2.2.- Street Art

El arte de la calle es un acompañante de todos nosotros. Cotidianamente, lo encontramos sin buscarlo, lo vemos sin importar el tamaño; en todas las ciudades hay algo que mirar, mis ojos se han llenado de vida, de ideas, de interpretaciones y color en las calles; desarrollando un paisaje urbano.

En un principio los lugares frecuentados son usados eran las bardas y el espacio subterráneo, un movimiento que surgió en los barrios de Nueva York que ha ido esparciendo en todo el mundo, su fuerza fue grande cuando el arte apoyó a las manifestaciones, el abuso de poder y salida de expresión.

Considero que es derivado del *graffiti*, pero con grandes diferencias entre ambos: el *street art* propone nuevas técnicas mientras el *graffiti* realiza letras con nombres y grandes estilos. ¿Qué es lo que los une? El espacio público urbano donde conviven ambos, que son capaces de transmitir un mensaje, su principal objetivo es la visión de las intervenciones por el público.

No todos los autores buscan su renombre mucho menos que su figura sea publica, pero su trabajo lo hace, el *Street art* engloba diferentes intervenciones, por ejemplo: escultura, mural, creación de espacio incluso la danza; es la expresión de las ideas.



Fig. 47 Fotografía del autor Lefokou.

Otras personas verán el *Street art* como vandalismo, porque la mayor parte de dichas intervenciones se realiza de manera ilegal, cuando son buenas ideas lo único que hacen es mejorar el espacio público. Hoy se realizan festivales cuyo propósito es la recuperación de los espacios con actividades culturales e intervenciones pictóricas.

Las intervenciones son un proceso creativo, constructivo, publicitario que requiere de gran habilidad por parte del autor con el objetivo de llegar al público. Su naturaleza es más amplia, una explosión de creatividad, ideas y talento de todo el mundo; materiales como son sprays, rotuladores, plantillas, pegatinas, posters, pintura acrílica aplicadas con pincel, aerógrafo, tizas, collage, fotografías.

El *Street art* maneja gran variedad de soportes para sus creaciones dependiendo de las técnicas conocemos los tipos, por ejemplo:

- *Tagging*: consiste en la intervención de frases simples, llaman la atención incluso llegan hacer tendencia entre el público; explorando la forma, color con respecto a las letras y su discurso.



Fig. 48 Tomada el 5 de septiembre de 2012 por San Mefisto.

- Crítica social: problemas sociales, racismo, feminicidio, clases sociales, homofobia, son algunos temas que dan raíz a esta intervención evidentemente dan motivos para tomar las paredes como lienzos, son cambios de una manera uy tranquila fomentando ideas diferentes y pensar en la problemática que se tiene presente.



Fig. 49 Trabajo de Banksy, en París en el 2018 por Philippe López.

- Estilo libre: en efecto son intervenciones para expresar emociones, gustos y preferencias de los autores, del mismo modo no contienen mensajes directos entonces son interpretados por cada individuo, pueden ser espacios abandonados e incluso con permiso de los residentes; por la gama tonal y de forma lo único que hacen es recuperar espacios de una imagen atractiva visualmente, donde el público.



Fig. 50 Street Art por Lelotzin en agosto de 2013, CDMX.

- Abstracto: se concentra en formas, trazos que se entremezclan con la pintura, en los soporte o sustratos; creando composiciones raras, pero con una belleza estética.



Fig. 51 Fausto Ponce 23 de febrero de 2017.

- 3-D: juego de elementos que ofrecen los elementos 3D, son muy atractivos juegan con puntos de fuga e ilusiones ópticas; normalmente se utiliza la pintura en aerosol con una gran habilidad para entender los tonos, sombras y luces que permiten crear la composición.



Fig. 52 Street Art Tour es un nuevo concepto de tours en Playa del Carmen, algo fuera de las olas caribeñas, la arena y la fiesta. Tiene que ver con ilustración, cultura, diseño y arte visual.

- *Scratching*: técnica consiste en utilizar un instrumento como un cincel para desprender el material de la superficie (el concreto de la pared) y crear la intervención de la imagen.



Fig. 53 Alexandre Farto, también conocido como Vhils, es un artista callejero portugués crea retratos a gran escala, a menudo de rostros famosos rascando y raspando el yeso de las paredes de los edificios abandonados.

- Instalaciones: son intervenciones de gran creatividad pueden ser en cualquier tipo de objeto, son muy agradables para el público inmediatamente cambian el entorno.



Fig. 54 Intervenciones de Street Art en objetos ya existentes.

Intervenir el espacio público es una forma fácil y gratuita para dar a conocer tu trabajo, lo importante es salir a la calle y compartir el talento que uno tiene.

4.2.3.- Stickers

Su principal sustrato es el que aporta pegamento en la parte trasera, cada autor crea sus propios diseños, ilustraciones o recursos de imagen; el autor se encarga de imprimir sus diseños de diferentes maneras se encuentra la serigrafía, impresión digital, estencil o hechos a mano.

Después recurre a pegarlas en cualquier tipo de superficie es fácil la distribución por ser elementos pequeños, por lo tanto, el bombardeo de esa imagen se logra en varios lados en un tiempo diminuto, invadir calles, anuncios, letreros, cabinas, postes con un gran número de ellas.



Fig. 55 Stickers de Botesin en un anuncio en la CDMX.

Un espacio visible que tomo el *sticker* son las señales de tránsito, postes, anuncios, son excelentes lugares de intervención; la CDMX está llena de signos y pictogramas que han servido de inspiración para todos. Son tan observadas por el público que suele parecer a una campaña de publicidad, los autores comienzan con el gusto por esta variante de la cultura *underground*, pero sin darse cuenta ya son conocidos en el medio.

He notado en varios *stickers* que usan bastante el elemento de la abstracción trabajando con colores y formas básicas, con un lenguaje visual abstracto en cuanto a la imagen proyectada con elementos fuertes y geométricos, con tendencia entre los autores; en algunos casos llegan hacer ilustraciones.

Esto ha iniciado como tendencia el ilustrador, da identidad visual a cada una de sus creaciones donde el público reconoce el estilo personal; los *stickers* no solo conciben ideas, sino diseñan conceptos completos usando imágenes, fotografías, vectores todo es cuestión del creador.



Fig. 56 Cambios de stickers en el Museo del Juguete, CDMX.

4.2.4.- Paste Up

Consiste en la elaboración de carteles con su pegado en cualquier superficie, o montaje. Con grandes ideas, impulsadas por la creatividad, la libertad de expresión, de publicidad de consumo;

“Con la invención de la litografía por Alois Senefelder de los años 1796 a 1798, el diseño de carteles entro en una nueva fase evolutiva.”

(Müller, J. (1998). p.66).

El cartel se integró en el mundo contemporáneo como propuesta artística, su principal carácter público, algunas ocasiones se conocía el autor, otros son anónimos. Sus técnicas de ilustración eran en blanco y negro, un solo color, o a todo color, los elementos que componen un cartel tienen una estructura que equilibra la composición visual.

“En los años setenta surgió y creció un cartel solidario, independientemente y, asimismo, una prensa obrera marginal y combativa, que no existían antes del 68. Este cartel tuvo como contexto la insurgencia obrera, las universidades en crisis los movimientos de liberación nacional,”
(Aquino, A. (2011). p.80).



Fig. 57 Un cartel del movimiento estudiantil mexicano de 1968.

La gráfica política en México influenciado por el hecho histórico en México en 1968, este movimiento determinó el estilo contemporáneo, tanto como un estilo de propaganda política como en el diseño.

Despertando de una represión, estallando huelgas, movilización de obreros y empleados. Impulsado por el cartel que comunica un mensaje apoyado de sus propios valores, designados por el autor que lo realiza. Los avances de reproducción favorecen la gama de color en un cartel, el cartel toma diferentes características dependiendo de la personalidad, salidas de impresión, presupuestos y materiales.

En estos años se utilizó con el propósito de difundir información, encaminados a varias vanguardias artísticas, engrandeciendo la gráfica en México; nacen diferentes tipos de prensa que se dedica a imprimir testimonios gráficos acompañados de textos complementarios. Con imágenes fuertes, simbólicas, desarrollada bajo contextos patrios, y las demandas populares para ubicarse en periódicos de izquierda.



Fig. 58 Memorial del 68, Arte público, Nonoalco Tlatelolco, Cuauhtémoc.

4.2.5.- Stencil

Blek le Rat fue un pionero para el estencil su técnica se basa en plantillas: que se basa en cortes dentro de un papel o sustrato, dejando una imagen.

“Xavier Prou, conocido como Blek le Rat, nació en París en 1952. Creció en un barrio privilegiado, en el seno de una familia culta, y estudió en un colegio privado de prestigio. Cursó grabado, litografía y pintura en la Ecole des Beaux Arts de París. Más tarde estudió arquitectura.”
(Urbanario, 2008, Madrid)

Al ser una técnica rápida a la hora de aplicación dio un auge impresionante, de lo contrario no es una técnica muy rápida cuando se realiza la plantilla.

Depende de los cortes que el autor establezca, de su importancia son los puentes que se dejen para que la imagen se sostenga por si sola. No hay límite de plantillas algunas obras dan un enfoque realista por el número de plantillas usadas, la imagen se compone a través de capas y una superposición de formas continuas.



Fig. 59 Fotografía del autor Lefokou.

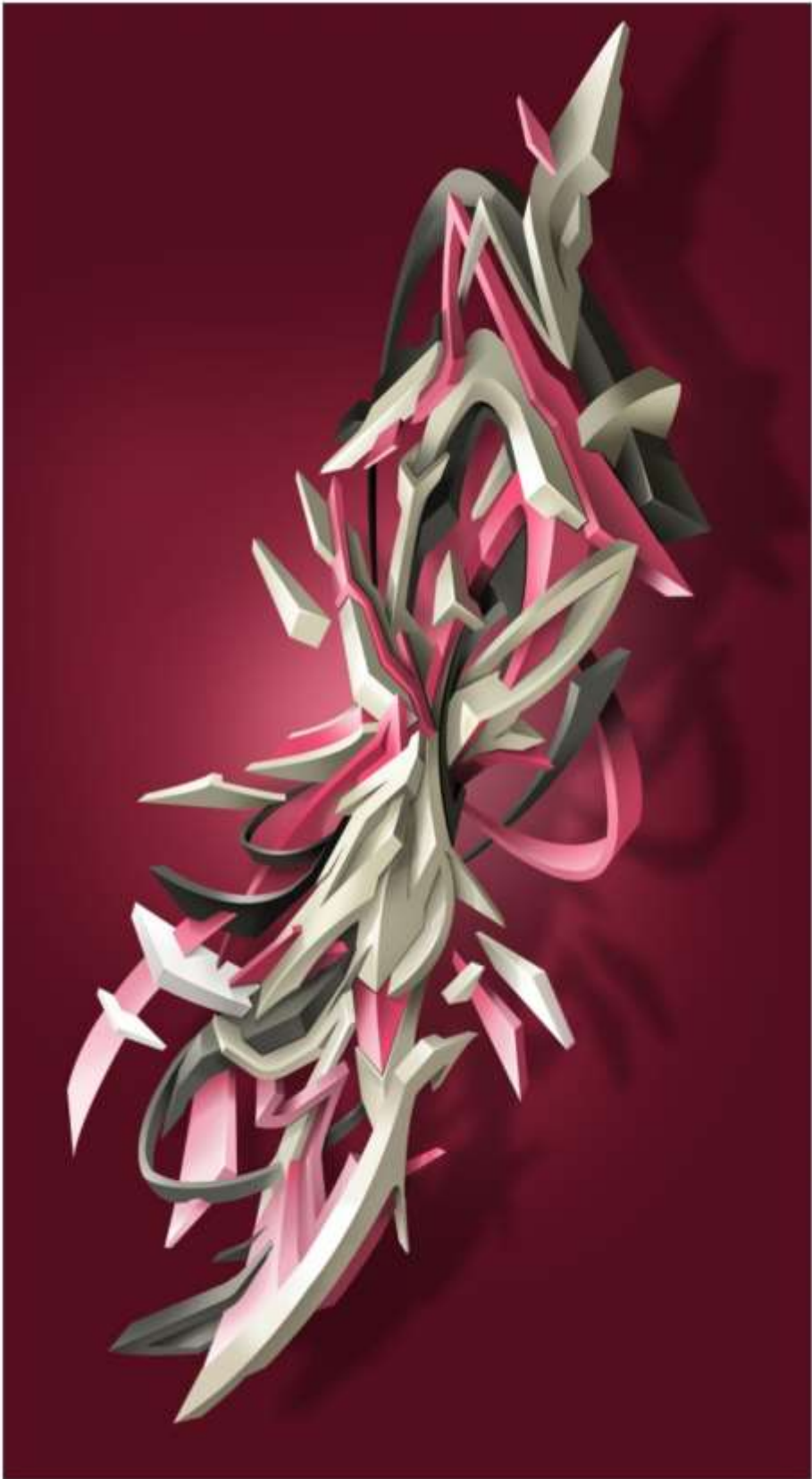
En inglés *stencil* significa plantilla, una técnica que necesita de un positivo o negativo de una imagen, necesita un sustrato o papel donde se realizara una secuencia de cortes con ayuda de un cutter o exacto; se necesita de pintura en aerosol aplicada sobre la plantilla.

Surge con la necesidad del ser humano en un principio solo se utilizó para etiquetas, como símbolos que eran fácil de reproducir con pocos recursos, siendo una matriz.

Evidentemente no solo quedaría en pequeños funcionamientos avanza de gran manera en Europa con nuevas imágenes, saliendo a las calles en muros su sentido fue cambiando, ahora se transmitían mensajes, servían de propaganda como símbolos de rebeldía, de libertad, pero sobre todo de valentía y originalidad.

Capítulo Cinco

La Ilustración
de la
Cultura
Underground
en la zona
Oriente de la
Ciudad de
México.



La CDMX es inmensa y hablar de todo sería una vida, el contenido del presente trabajo es el que de manera personal pertenece a mi entorno: las zonas que frecuentemente pinto y que conozco, así como a grandes exponentes que a continuación presento sus ideas y comentarios.

Cada autor pertenece a diferentes *crews* o colectivos, esta investigación tratará de Iztacalco, Iztapalapa, Ciudad Nezahualcóyotl, Chimalhuacán; donde se tiene una gran variedad de autores unos con estudios otros no, de grandes habilidades, con técnicas y gran variedad de materiales. Todos ellos se encargan de realizar intervenciones de imágenes que se muestran en las calles, son parte de nuestro espacio público conformando un paisaje urbano lleno de percepciones ópticas.

La aceptación que hoy en día tienen varios artistas es que sean comisionados por el mismo gobierno a realizar intervenciones en toda la CDMX, embelleciendo lugares que jamás se pensaba llegar, ofreciendo un discurso en cada uno de ellos.

La CDMX ha llegado a la elite de las intervenciones en todo sentido, en estos tiempos están para crear y encontrar una vida a través de lo que nos gusta hacer, establecer una autonomía con lo que nos apasiona y por qué no hacer un negocio del talento. Es un lienzo gigante que puede ser visto por bastante población mientras que la gente va en su trayectoria cotidiana, se da cuenta de todos los autores que están presentes en las calles, o cualquier espacio donde se pueda intervenir. Una cultura contemporánea surgiendo en conjunto con la sociedad, expresando libertad y la visión de la realidad; la transformación es conscientemente destinando a educar, acercándose a la cultura por el interés de todos los individuos.

A continuación, presento opiniones, comentarios, anécdotas de algunos autores que intervienen su espacio, en las zonas mencionadas: Se realizó una entrevista a cada uno, recopilando datos.

5.1.- Iztapalapa

Frías, D. (Bifo) 1994, Iztapalapa, Licenciatura.

La ilustración: es una disciplina enfocada a la producción de imágenes de cualquier tipo que apoyan el entendimiento, o enriquezcan estéticamente algún concepto vago, difuso, este último puede ser un texto, un relato o algún otro.

Todas las técnicas de Ilustración conllevan un alto grado de dificultad, ninguna es más fácil que otra todas tienen algo individual que ofrecer. Utilizo materiales caseros que no están destinados a la producción de dibujo o pintura: tenedores de plástico, platos, coladores, vasos. También pinto en paredes, mesas de madera, patineta, playeras etc.

Pintar en un espacio público es una experiencia increíble en la que recibes diversas retroalimentaciones, oportunidades laborales y satisfacción personal.

La cultura underground “Street Art – Graffiti – Stickers – Propaganda”

Es una gran oportunidad para que jóvenes, que no tienen una posición privilegiada en la sociedad se puedan desarrollar artísticamente, al final cada ser humano tiene necesidades estéticas y la cultura underground al ser normalmente marginal da pie a que jóvenes de ese sector puedan tener un primer acercamiento al desarrollo de su cultura personal.



Fig. 60 Ilustraciones de Bifo parte de su portafolio en línea.

Ángeles, P. (Daser 52) 1995, Iztapalapa, Preparatoria.

“Lo importante es entenderte como persona, dejar tu personalidad en cada trazo, informarse constantemente de todo hasta de los temas que no creas que serán de utilidad, buscar la semiótica del tema a expresar y fluir sobre el lienzo.”

Actualmente defino como en guerra: todas las disciplinas que llevan al mismo objetivo pero han surgido "puristas" en cada una de ellas donde se menosprecia las demás por solo desarrollar una, de igual manera siento que es elitista pero porque así se quiere que sea; desde otro punto, pienso que vamos a gatas a comparación de otras partes del mundo y no en cuestión de técnica si no de conceptos y como se aterrizan sobre el lienzo.

- Los materiales y soportes son básicamente los que se me pongan en el camino. –



Fig. 61 Intervención en toys a cargo de Daser.

Franco, A. (Kesha) 1986, Iztapalapa, Licenciatura.

Comencé a involucrarme en este ámbito a mis 12 años, me llamó la atención las pintas en las calles, y comencé como la mayoría, haciendo *tags* en paredes y bancas de la secundaria, me agradaba la idea de ver mi tag en todos los lugares que frecuentaba, después empecé a salir a las calles a hacer tags y bombas con aerosol, conocí a más personas que hacían lo mismo y salía con algunas en las noches a pintar paredes en avenidas.

La Cultura *Underground* es un pensamiento compartido de una minoría de la población que actúa, casi siempre de manera anónima, rompiendo reglas cívicas, utilizando códigos, grafía o símbolos que se plasman en la vía pública; dónde esa minoría interesada en lo mismo se percata y descifra esos códigos, reconociendo al artista, no físicamente, pero a través de sus estilos y técnicas. Cada uno empieza a destacar, agarrando una fama dentro de este grupo, gracias a su creatividad o su destreza para realizarlos, así que se forma una comunidad que se va conociendo a través del tiempo, a veces en las calles, o en eventos destinados a manifestar estas formas de expresión creando una cultura.



Fig. 62 Intervenciones de Kesha.

Pérez, D. (Smoer) 1985, Iztapalapa, Secundaria.

En la comunicación pública lo importante para mí es el diálogo de persona a persona. El *graffiti* ya ha trascendido, evolucionado a modo de ya ser aceptado ante los ojos de la gente; ver ocupado en muros como en el centro de la ciudad y en otros estados a si mismo haciendo que las calles sean una galería urbana.

Yo realizo 3D, pero cuando inicié en el *graff* fue como en segundo de secundaria, inicié haciendo mis carátulas con letras bombas y después cuando entre al CETIS empecé haciendo bocetos en el estilo *willy style*.

“Mi primera pinta fue utilizando aerosoles Comex, la técnica siempre ha sido la misma puro aerosol y trazo.”



Fig. 63 Graffiti 3D por Smoer, Iztapalapa, CDMX.

5.2.- Iztacalco

Rivero, J. (Snare) 1993, Iztacalco, Licenciatura.

Hay cosas positivas y también las hay negativas al poner un tema "por debajo de la mesa". Independientemente de esto lo importante verdaderamente es crear opiniones. Generar diálogo.

“Todos tenemos algo que decir; Esta en nuestra naturaleza, y todo es válido. El simple hecho de que un ser humano gaste recursos, tiempo, dinero en distintos grados de dedicación para hacer algo lo vuelve relevante”.

Pese a la diversidad de personas y mentalidades que existan en este mundo es un hecho que siempre existirá una asociación colectiva formando cultura.

El *underground* no busca ser aceptado y evidentemente no se va a lograr nunca que de forma unánime todos lo entiendan. Sin embargo, está ahí; Depende de nosotros servir de vínculo a aquellas personas que quieren conocer del medio al que pertenecemos cada uno.



Fig. 64 Graffiti por Snar, CDMX.

López, E. (Mesin) 1991, Iztacalco, Maestría.

-La comunicación pública establece un dialogo con las personas a quien se quiere dirigir un mensaje o establecer la comunicación pública que se plantea. Considero importante que exista un espacio público, el cual pueda ser ocupado en igual de condiciones y oportunidades por los miembros de una sociedad. Sin embargo, resulta interesante pues los espacios públicos están en declive, por tres cuestiones, la privatización, la mercantilización y su degradación. Pues cada vez existen más espacios que sólo pueden ser ocupados entorno al consumo. -

Por lo tanto, el proceso comunicativo es un proceso vertical en el cual la información surge de las minorías que detentan el poder para ejercer un dominio sobre las masas. En marcos de esta breve contextualización, considero importantes las expresiones alternativas de comunicación que algunos sectores de la sociedad utilizan, como lo son medios alternativos de comunicación, las redes sociales, expresiones como el *graffiti*, el arte urbano, entre otras manifestaciones que se desarrollan en los espacios públicos. La importancia radica en la aportación que hacen estas expresiones alternativas de comunicación, para la apropiación y resignificación de los diferentes espacios, con sentidos críticos y de transformación que apuntan la mayoría de las veces a cambios sociales.



Fig. 65 Graffiti por Mesin, en el evento Meeting of Styles, 2019 CDMX.

“Desde mi perspectiva considero que la cultura *underground* es apropiada por aquellos sectores que no están de acuerdo con un modelo cultural-económico y político dominante, que establece ciertas normas y códigos de comportamiento y formas de relacionarse entre los miembros de una sociedad que en la actualidad podríamos llamar la sociedad de consumo”.

El *underground* propone nuevas formas de relacionarse con los otros y en el caso de las expresiones urbanas que emiten mensajes a través de la pintura, la mayoría de las veces plantean no someterse a las reglas del consumo.

Yo realizo *graffiti* 3D, Consiste en la realización de letras estilizadas para dar una apariencia tridimensional desde un soporte bidimensional, trato de lograr lo mejor posible la conjunción de luces, sombras y perspectivas. También trato de implementar en conjunto con las estructuras de la pieza, elementos, cómo, líquidos, juego con los fondos. Y con las perspectivas de los muros. Los materiales que utilizo son diversos, cuando es muro utilizo únicamente aerosol lo que se conoce como el can control, con técnicas de oscuros a claros. Cuando son lienzos utilizó acrílicos y óleos. Me gusta el diseño digital, y en ocasiones realizo bocetos a color y lápiz.

Las anécdotas más significativas dentro del *graffiti*, son los viajes que he podido realizar a lo largo de la república y todas las personas y amigos que he podido conocer dentro de este movimiento.



Fig. 66 Graffiti por Mesin.

5.3.- Nezahualcóyotl

Contreras, A. (Maple) 1989, Nezahualcóyotl, Licenciatura.

“Son tres elementos que considero importantes e indispensables para lograr una buena comunicación, estos son el emisor, receptor y la medio que se utiliza para hacer llegar tu mensaje o idea al público”.

La cultura *underground* es un movimiento que tiene grandes talentos, muchas ideas y buenos espacios para interactuar, ya sea *graffiti*, *stickers*, carteles todo tiene cabida: creo firmemente que ninguno de estos elementos tiene que estar peleado uno con el otro ya que todos tienen una misma intención el hacerse notar.



Fig. 67 Graffiti y Sticker por Maple.

No se pondría ni quitaría nada a la cultura *underground*; debe de estar donde está sin reflectores, ni patrocinadores, ni curadores que le pongan etiquetas a todo esto que es de las calles. Es más, *under* si llegara más allá perdería su esencia, se empezaría a distorsionar; cosa que ya está pasando en algunos lugares y es ahí donde al menos en mi opinión pierde todo se sentido.

Mackan, E. (Demok) 1998, Nezahualcóyotl, Preparatoria.

-En México se relacionan las intervenciones con el muralismo, en este año 2019 lo están comparando demasiado, lo fusionan, pero jamás tendrá el impacto del muralismo: ya que ahora es más cotidiano ver pintas en cualquier lugar. -

“La cultura *underground* jamás dejara de ser, al practicarlo no se busca ni una aceptación ni mostrar nada, solo por el placer de pintar solamente”.

Me gusta mucho hacer letras en 3D o 2D últimamente hago animales, mis influencias fueron las revistas porque no conocía mucho del movimiento, pero siempre me gustó mucho, usar puro aerosol y pintura de agua para el fondo, para ser *graffiti*.



Fig. 68 Graffiti con el tema de día de muertos.

Valdivia, G. (Lefokou) 1982, Nezahualcóyotl, Licenciatura.

“Dentro de la sociedad en que vivimos considero como elementos principales tal vez vitales, los medios como la televisión, internet, además de otros como el periodismo, la prensa y por qué no, hasta las redes sociales”.

La cultura *underground*: es toda una cultura, yo la considero una cultura visual-comunicativa por el contexto que engloba, al fin y al cabo, creo que son artes visuales con un fin para quien lo recibe, en este caso el transeúnte.

Para mí el factor más importante es que sea aún más reconocida, con una perspectiva diferente a la que actualmente se tiene, con ello lograr la preservación de la cultura y las obras, es dejar a un lado los conceptos o prejuicios hacia los artistas, las obras que realizan y por ende el significado que tienen sus piezas para con la sociedad y el espacio público.

Con ello no digo que el artista sea quien haga esa labor si no educar a la sociedad para la aceptación de esas obras y artistas y que tengan una idea más abierta de lo que se realiza en las calles.



Fig. 69 Es común ver gente preguntar que significa lo que uno pinta.

A la fecha tengo 10 años de realizar fotografía urbana, exclusivamente de piezas de *graffiti* y arte urbano y todo lo que ello conlleva como fotos a los artistas, los procesos y hasta fotos curiosas, el mundo del *graffiti* y toda esta cultura callejera da muchísimo material para documentar.

Lo que me llevó a hacer esto fue directamente la calle y lo que veía plasmado en las paredes de la ciudad aunado a mi gusto por el *graffiti*, aunque no lo practique; posteriormente conocí el trabajo de Martha Cooper y Henry Chalfant iconos de la fotografía urbana.

El *graffiti* y el *hip hop*, quienes son inspiraciones para mí y para seguir haciendo esto de la fotografía por mucho tiempo más.



Fig. 70 Ver gente interesada por lo que se pinta, acudiendo a visitar los muros.

5.4.- Chimalhuacán

Reyes, A. (Cuizer) 1991, Chimalhuacán, Secundaria.

“Conocer el *graffiti* es la base de ser alguien en este juego, donde todos te reconocen por tu firma y es emocionante: los materiales que usamos son aerosoles, brochas, caps y a veces pinceles. Esténciles hechos a mano, la técnica es saber maniobrar el aerosol, a veces puedes sacarle la presión al bote para hacer una línea diminuta”.



Fig. 71 Stickers pegados en la CDMX.

Strong 58E Gw,1986, Chimalhuacán, Licenciatura.

-Diseño, color, innovación e interacción son elementos importantes para la comunicación pública. -

México, la cultura mexicana, los paisajes, las historia a las guerras, la gastronomía son un recurso para explotar, qué más podemos pedir, solo necesitamos estudiar más nuestra cultura y viajar; capturar los paisajes que no se ven comúnmente son intervenciones que pueden impactar a nuestro país con la cultura *underground*.

“La gente, incluso la banda dentro del *graffiti* considera que es muy fácil hacer letras sin embargo podría asegurar que no cualquiera tiene la estética, calidad y precisión de los que hacemos *caligrafiti*; se trata de llevarlo a un lugar más allá, es darse un plus, los que hacemos letras entendemos la excitación y el éxtasis que provoca ver un buen trabajo en letras, actualmente ya no puedo pintar con la constancia de antes o viajar, mismo que me ha llevado hacer *graffiti* ilegal o *underground*.



Fig. 72 Graffiti con el fondo trabajado con cráneos y huesos.

Atrisco, A. (Bixa Blue) 1991, Chimalhuacán, Licenciatura.

Los mensajes no deben de ser muy complejos, resumidos hechos de una buena manera aportan una comunicación, a la hora de intervenir un espacio público. Así mismo la cultura *under* está relacionada con las intervenciones artísticas callejeras, a lo largo del tiempo existe la aceptación por parte de la sociedad, anteriormente no existía. De alguna forma se transformó en una corriente artística, que se fue aceptando por la sociedad en ayuda del gobierno en relación a la calle tomando un sentido más estético.

“Hoy en día se toman diferentes temas para poder iniciar una intervención pictórica sociales, culturales, informativos, tradiciones, violencia, equidad de género, rechazo de los feminicidios, que se tornan críticas sociales a través de la imagen, entonces de una forma impactan, porque México a nivel internacional tiene una gran referencia grafica en el lenguaje semiótico de los murales.”

Pintar murales es una tradición mexicana, que acopla técnicas de *graffiti*, *stickers*, grabado, entre otras. Las intervenciones son bien recibidas a nivel internacional de todas en general, con sus diversos temas de representación.



Fig. 73 Graffiti de Bixa en el Centro Histórico de la CDMX.

Conclusiones

Las intervenciones en el espacio público dan contexto a nuestro lenguaje visual, utilizando imágenes como medio de expresión; se construye con ideas creativas e innovadoras en compañía de diferentes métodos, por ejemplo, en la ilustración se ejemplifican los procesos con diversas técnicas de representación gráfica, las cuales permiten la comprensión y la aplicación para realizar cualquier tipo de proyectos.

El lenguaje visual es más antiguo que el verbal, desde las primeras apariciones en cuevas el interpretar hechos con imágenes; un lenguaje universal que aprendemos con símbolos, signos, existen diferentes, transmitir información, convencer, vender o de funciones artísticas. La relación entre imagen y realidad puede ser desde una imitación o copia de la realidad, hasta una representación sin ninguna relación objetiva; la imaginación fortalece a la Ilustración, los distintos estilos pictóricos han evolucionado con diferentes características unos de otros.

El objetivo de la Ilustración es la producción de imágenes, aclara la información, el entendimiento se fortalece; existe una narración visual capaz de transmitir un mensaje de una manera fácil; que comunica a base de técnicas artísticas tradicionales y digitales. Vive de la demanda comercial, social y cultural; como toda disciplina ha ido cambiado a lo largo del tiempo, aparecen nuevas aplicaciones, pero su principal objetivo es comunicar.

En la elaboración de ilustraciones tenemos un mundo de imaginación; que ocupa un gran lugar en libros, comics, anuncios, carteles, periódicos, revistas, contenido web, etc. Se tiene una gran variedad, a la hora de elegir las herramientas cada una de ellas da un acabado diferente; secos, acuosos, tinta, etc. La técnica nos ofrece estilos bajo el control de la aplicación que uno realiza, cada uno debe valorarse constructivamente; incrementando posibilidades creativas, donde cada autor aprovecha las mejores soluciones que favorecen su realización.

Los ilustradores se desarrollan a través de mecanismos que se usan para la elaboración de los trabajos; basándose en los principales campos del dibujo analítico y descriptivo.

Las dimensiones a gran escala se han logrado para la ilustración ya sea ilustración digital o tradicional, la única diferencia es utilizando los materiales adecuados para elaborarse en soportes de grandes tamaños. La ilustración a Gran Formato nace de la experimentación de los materiales, explorando dimensiones, composiciones, valores estéticos similares al igual que su identidad figurativa; el manejo de color o de línea que se presenta en la Ilustración a gran formato permite manejar diversos estilos.

En esta tesis se narran situaciones, conocimientos y reflexiones de la intervención visual que se presenta en la zona Oriente de la CDMX, en cuanto artísticas en relación de pintura y espacio; realizadas en espacios públicos.

El espacio público transmite información generada con una responsabilidad ética cultural; el autor que realice cualquier tipo de intervención pictórica brinda cambios en las personas que transitan en por la calle, a través de temas de reflexión social, situaciones actuales que viven las personas, incluso proponen nuevas tendencias artísticas entre cierta audiencia.

Cuando el público que transita por los espacios públicos acepta con agrado dichas intervenciones artísticas, se deleitan con la vista del lugar, este proceso ha ido trascendiendo a partir de su aceptación; cuando tenemos un mensaje que habla con un sentido correcto provocara comodidad por parte de las terceras personas. Presenciamos intervenciones donde no se presenta una aceptación por parte de los usuarios, causando rechazo que menosprecia el lugar o el mensaje propuesto.

Con la intervención de Ilustración a Gran Formato se crea un proceso intelectual que reflexiona la situación presentada por el espacio, comunicando soluciones con imágenes de cualquier técnica pictórica.

Después de conocer y estudiar diseño, analicé la importancia compositiva a la que estamos expuestos todos los días; por eso es necesario tener una buena calidad contextual, de toda la información que aporta la educación visual de cualquier persona, capaz de adoptar su propia identidad.

Comprender ideas es muy complejo: para mí, tratar de interpretar un tema a una sola imagen; empleó la creatividad al solucionar problemas gráficos. Crear y pensar son actividades firmes para poder avanzar en esta formación académica de Diseño, Comunicación e Ilustración.

La comunicación visual se perfecciona en la educación, aprendizaje, ciencia, investigación, arte, política, economía, industria y publicidad. Bajo el esquema de comunicación, es la recepción y transmisión de mensajes; con imágenes que tienen un código, canal, contexto.

La tecnología es un motor que está impulsando este proceso, un diseñador encuentra salidas actuales con ayuda de nuevos aparatos electrónicos; herramientas para la difusión de contenidos en diferentes campos, sin importar distancias o tamaños, busca la manera de obtener mejores resultados para cada uno de sus proyectos; para promover trabajos de excelente calidad. Las experiencias de comunicación online en un sitio web se construyen a diario, transmitiendo ideas a grandes escalas de audiencia, sin importar el tiempo que se tarda en llegar, sumamente rápidas.

Todo tiene su tiempo, terminar de escribir la tesis es una actividad que concluye espero que toda persona este conforme de toda la materia gráfica que produce dentro de la disciplina; que tengan la necesidad de forjar un estilo, poder emprender con su trabajo, que hagan posible una vida llena de estabilidad; viviendo de la ilustración en cualquier ámbito laboral, que los sueños se hacen realidad si uno forja su destino todos los días.

Glosario

- **Achurado:** Es una repetición modulada de trazos, pero su diferencia radica en que permite aplicar líneas rectas o curvas para ilustrar el dibujo.
- **Alegoría:** Consiste en representar una idea abstracta a través de símbolos o imágenes poéticas.
- **Argumento:** Razonamiento mediante el cual se intenta probar o refutar una tesis, convenciendo a alguien de la verdad o falsedad de la misma.
- **Armonía:** Orden, coherencia visual o cromática, equilibrio, congruencia.
- **Autográfico:** Imágenes autoproducidas usando medios tradicionales, dibujo, pintura, y otras técnicas de taller.
- **Beneplácito:** Aprobación o permiso de alguien para hacer una cosa.
- **Color:** Impresión que producen en la retina los rayos de luz reflejados y absorbidos por un cuerpo, según la longitud de onda de estos rayos. Sustancia que se usa para pintar o teñir.
- **Collage:** Técnica o estilización visual mediante la cual se crea una imagen con medios físicos o digitales mezclando y pegando varios elementos distintos, como fotografías, dibujos, texturas abstractas.
- **Composición:** Juntar varias cosas y colocarlas en orden para formar una; constituir algo.
- **Comunicación Visual:** Transferencia de mensajes contextualizados a públicos establecidos.
- **Connotación:** Representación de un elemento a través de un concepto depende de la interpretación y del entorno.
- **Contorno:** Conjunto de líneas que limitan un cuerpo o una figura, forma que presenta un objeto o cuerpo sobre el fondo en que se destaca.
- **Creativa visual:** Genera imágenes e ideas con un fin de comunicación.
- **Creatividad:** Es una habilidad de solucionar problemas, con coherencia, claridad, orden.
- **Diseño Gráfico:** Una práctica aplicada a la creatividad y la comunicación visual que gestiona, concibe conceptos, ideas, con soluciones de diseño; acabadas para una serie de empresas y salidas comerciales, como impresión, publicaciones, multimedia.
- **Estilo de casa:** Representación temática y grafica para una serie de libros o para gama de productos similares.
- **Iconografía:** La esencia de los cuadros e imágenes; estilo o lenguaje visual personal.

- **Imágenes alegóricas:** Ilustración narrativa que describe un tema, pero significa otra cosa diferente; imagen en la que el significado está representado de forma simbólica.
- **Imágenes metafóricas:** Aquellas imágenes imaginarias no aplicables
- **Línea:** Sucesión continua de puntos en el espacio. Señal o marca larga y estrecha que se hace o se forma sobre un cuerpo o superficie.
- **Lenguaje Visual:** Estilo de ilustración ya sea genérico o asociado a un ilustrador individual.
- **Marca:** Identidad corporativa de una organización, compañía o persona: logotipos o marcas registradas.
- **Material Gráfico:** Cualquier material sin texto para ser reproducido.
- **Modelo:** Muestra de trabajo hecha con materiales y el tamaño real para mostrar volumen, encuadernación, etc.... maqueta terminada de un trabajo, como un libro que muestra la disposición del texto y las ilustraciones los márgenes y otros detalles.
- **Mural:** Pintura o imagen hecha sobre la superficie de una pared.
- **Opacidad:** Efecto resultado de aplicar un medio opaco sobre una superficie sólida, ocurriendo una transparencia.
- **Pastiche:** Imagen creada al estilo de otra, normalmente de un ilustrador o artista reconocido.
- **Punto:** Señal de muy pequeño tamaño, casi sin dimensiones, que resulta perceptible por un contraste de color o de relieve sobre una superficie y que convencionalmente se representa como circular.
- **Representación pictórica:** Imagen que representa el espacio real representación exacta de una escena por lo general de la naturaleza literal.
- **Representación volumétrica:** Imagen bidimensional que representa tridimensionalidad.
- **Semiótica:** Disciplina que estudia a los signos y la significación de los mismos.
- **Significado:** Es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante.
- **Significante:** Es una palabra, un gesto, un sabor un olor.
- **Signo:** Objeto, fenómeno o hecho que, por una relación natural o convencional, representa o evoca otro objeto, fenómeno o hecho.
- **Símbolo:** Representa una idea que puede percibirse a partir de los sentidos y que representa rasgos vinculados a un significado, reflejando el pensamiento o concepto a partir de una convención social.

- **Sintaxis Visual:** Capacidad de crear y representar conexiones y relaciones pertinentes entre elementos en ilustración y diseño; alfabetización visual.
- **Subversivo:** Se denomina aquello que se propone o que es capaz de subvertir un orden establecido, bien sea de índole política, social o moral.
- **Surrealismo:** Imágenes fantásticas con yuxtaposiciones incongruentes; movimiento artístico original del siglo XX cuyo cometido es representar pensamientos y sueños del subconsciente.
- **Suscitar:** Promover o provocar fuerte oposición entre personas sus comentarios suscitaron una ardua polémica.
- **Tamaño:** El volumen o dimensión, corresponde a las medidas de las formas.
- **Teórico – Práctico:** Persona que combina teoría, investigación y/o experiencia en un tema con la práctica creativa, de diseño o artística.
- **Textura:** Forma en que se presenta la superficie de una obra artística, principalmente pictórica, lo que produce una sensación táctil o visual.
- **Vanguardista:** Ilustración o arte pionero e innovador, sobre todo si es contemporáneo en su contexto: termino usado para describir aquello que desafía los límites.

Citas textuales

- 1.- Martín, C., Galán, P., Ruiz J. (2 de junio de 2012). Ilustración editorial y publicitaria ¿Qué es ilustrar? Referenciado en:
<http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/>
- 2.- Male, A, (2018), Ilustración Contexto, procesos creativos y proyección profesional. Barcelona España, p.12
- 3.- Müller, J. (1998), Historia de la comunicación visual. México, p. 25
- 4.- Hermann, T. (1981), Ilustración y diseño técnicas y materiales. Introducción a la Ilustración, p. 10
- 5.- Marchán, S. (1987) La estética en la cultura moderna: La autonomía de la estética en la ilustración, p.12
- 6.-Male, A, (2018), Ilustración Contexto, procesos creativos y proyección profesional. Barcelona España, p.156
- 7.- Belin, (12 sep. 2017). Artista Urbano especialista en graffiti, Curso Online: Iniciación a la pintura con spray, Domestika. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=LBxhOIHrPpY>

- 8.- Burbano, A. - Páramo, P. (2014), La ciudad habitable: espacio público y sociedad. p. 36
- 9.- Galende, F. (2014). Vanguardias, críticos y experimentales. Vida y artes visuales en Chile, Santiago de Chile: Metales Pesados. Referenciado en: <http://www.artistasvisualeschilenos.cl/658/w3-article-54883.html>
- 10.- Cof, (20 jun. 2017). Santiago Ilustrado Festival. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=_CcBY9ViVYE
- 11.- Barthes, R. (SF), Elementos de semiología. París. p. 33.
- 12.- Küppers, H. (1978), Fundamentos de la Teoría de los Colores: El mundo físico no existe el color. Barcelona. p.102
- 13.- Pride, W. (1994), La Armonía en el Color, Nuevas tendencias. Guía para combinación creativa de colores. Mexico. p. 12
- 14.- Martin, J. (1995), Color, Percepción y uso de la pintura: medios. Barcelona. p. 15
- 15.- Martin, J. (1995), Color, Percepción y uso de la pintura: materiales para el color. Barcelona. p. 34
- 16.- Martin, J. (1995), Color, Percepción y uso de la pintura: utilización del color. Barcelona. p. 84
- 17.- Rses Crew, (2017 octubre). Prácticas Culturales en el Espacio Público. Auditorio del plantel centro UACM, CDMX.
- 18.- Daufouy, S. (1973) Subcultura y underground o contracultura.
- 19.- Schrank, J. (1989). Comprendiendo los medios masivos de comunicación: el gobierno y la libertad de prensa. México. p. 246
- 20.- Garreton, M. A. - Valdés, H. (1975). Cultura y comunicaciones de masas: Lenguaje y rebelión. Barcelona. p.32
- 21.- Valenzuela, J. (s, f). Welcome amigos to Tijuana, Graffiti en la frontera. México. p. 7
- 22.- Valenzuela, J. (s, f). Welcome amigos to Tijuana, Graffiti en la frontera. México. p. 9
- 23.- Valenzuela, J. (s, f). Welcome amigos to Tijuana, Graffiti en la frontera. México. p. 12
- 24.- Müller, J. (1998), Historia de la comunicación visual. México. p.66
- 25.- Urbanario, (13 de noviembre de 2008), Blek le Rat. Madrid.

Bibliografía

- 1) Alcaraz, E. (1997). Diccionario de lingüística moderna. Barcelona: Ariel.
- 2) Aquino, A. (2011). Imágenes Épicas en el México contemporáneo de la gráfica al grafiti. México: Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas.
- 3) Barthes, R. (SF), Elementos de semiología. París
- 4) Bou, L. (2005) Street art - Graffiti, Stenciles, Stickers, Logos. Barcelona: Monsa
- 5) Burbano, A. - Páramo, P. (2014), La ciudad habitable: espacio público y sociedad. Bogotá, Colombia, Universidad Piloto de Colombia.
- 6) Chijiwa, H. (1999), Combinar el Color. Guía creativa para realizar 1.602 combinaciones cromáticas. Barcelona: Blume.
- 7) Cimet, E. (1992). Movimiento Muralista Mexicano: Ideología y producción. México, Xochimilco, UAM.
- 8) Cooper, M. – Sciorra, J. (1996). New York, Spray Can Memorials. New York: Thames and Hudson.
- 9) DeFleur, M. (1993). Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- 10) Ganz, N. (2000). Graffiti World Street Art from five continents. New York: Abrams.
- 11) Ganz, N. (2006). Graffiti Mujer; Arte Urbano de los Cinco continentes. Barcelona: Gustavo Gili.
- 12) Garreton, M. A. - Valdés, H. (1975). Cultura y comunicaciones de masas. Barcelona: Laia.
- 13) Heller, E. (2004). Psicología del color: Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Barcelona: Gustavo Gili.
- 14) Hermann, T. (1981), Ilustración y diseño técnicas y materiales.
- 15) Híjar, C. (2008), Siete grupos de artistas visuales de los setenta. México: Conaculta – INBA.
- 16) Hurlburt, L. (1991), Los Muralistas Mexicanos en Estados Unidos. México: Patria.
- 17) Kuittinen, R. (2010), Street Art Contemporary Prints. New York: V y A.
- 18) Küppers, H. (1978), Fundamentos de la Teoría de los Colores. Barcelona: Gustavo Gili.
- 19) Loomis, A. (1980), Ilustración creadora. Argentina: Hachette S.A.

- 20) Male, A. (2018), Ilustración Contexto, procesos creativos y proyección profesional. Barcelona España: Promopress.
- 21) Marchán, S. (1987), La estética en la cultura moderna. Madrid: Alianza.
- 22) Martin, J. (1995), Color, Percepción y uso de la pintura. Barcelona: Blume.
- 23) Metz M. L, (1991), Redacción y estilo: una guía para evitar los errores más frecuentes.
- 24) Mr. FLY – Dr. Rabias, (2009), Arte urbe. México: La Gunilla.
- 25) Müller, J. (1998), Historia de la comunicación visual. México: Ediciones G. Gili, S. A. de C. V.
- 26) Oltra,R – Llobera, J. (1962) Ilustrar es fácil método ideado para aprender Dibujo y pintura por sí mismo. Tomo 1. AFHA
- 27) Ortiz, G. (2008). Forma, Color y Significados. México: trillas.
- 28) Pride, W. (1994), La Armonia en el Color, Nuevas tendencias. Guía para combinación creativa de colores. Mexico: Somohano.
- 29) Paoli, J. A. (1983). Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas. México: Trillas.
- 30) Raboutreau, D. – Soltan, F. (2013), Whispering walls.
- 31) Schrank, J. (1989). Comprendiendo los medios masivos de comunicación. México: Publigráficos.
- 32) The National Directory of Creative Talent (1992), The Workbook. Los Ángeles.
- 33) Ullrich, A. (2006), Stickers from the first International Sticker a wards. Berlin: Die Gestalten Verlag.
- 34) Valenzuela, J. M. (s, f). Welcome amigos to Tijuana, Graffiti en la frontera. México: RM.
- 35) Watzlawick P. – Beavin. Janet. – Jackson. D. (1989) Teoría de la comunicación humana. Barcelona: Herder.
- 36) Wigan, M. (2007) Pensar visualmente: Lenguaje, ideas y técnicas para el ilustrador. Barcelona: Gustavo Gili
- 37) Zeegen, L. (2005) Principios de la ilustración. Barcelona: Gustavo Gili.
- 38) Zimmer, L. (2007), The art of spray paint. New York: Rockport

Enlaces Electrónicos

- 1.- Alcántara, I. (30 enero 2017, 10:59am). Vice, El nacimiento del Street-Art en México. Referenciado en: https://www.vice.com/es_latam/article/ezaz7k/el-nacimiento-del-street-art-en-mexico
- 2.- Arte Trama (10 de junio 2014) Street art, mucho más que graffiti. Referenciado en: <https://www.artetrama.com/es/blog/street-art-mucho-mas-que-graffiti>
- 3.- Arte trama (20 de septiembre 2016) El stencil en el arte urbano. Referenciado en: <https://www.artetrama.com/es/blog/el-stencil-en-el-arte-urbano>
- 4.- Daufouy, S. (1973) Subcultura y underground o contracultura. Referenciado en: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2004/ffl523c/xhtml/TH.4.xm>
- 5.- Galende, F. (2014). Vanguardias, críticos y experimentales. Vida y artes visuales en Chile, Santiago de Chile: Metales Pesados. Referenciado en: <http://www.artistasvisualeschilenos.cl/658/w3-article-54883.html>
- 6.- García, M. (S. F) Espacio Público. Referenciado en: <http://www.ub.edu/multigen/donapla/espacio1.pdf>
- 7.- Gutiérrez, P. (septiembre 8, 2015). Nexos: La brújula. El blog de la metrópoli. El oriente de la Ciudad de México, uno de los olvidados. Referenciado en: <https://labrujula.nexos.com.mx/?p=518>
- 8.- González, M. (junio 2012) La cultura *underground* en el centro de México. Referenciado en: <http://sadabombon.com/cultura-underground/>
- 9.- Martín, C., Galán, P., Ruiz J. (2 de junio de 2012). Ilustración editorial y publicitaria ¿Qué es ilustrar? Referenciado en: <http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/>
- 10.- Monroy, A. (noviembre 07 del 2018) Street art. México: Excelsior. Referenciado en: <https://www.excelsior.com.mx/blog/camino-ligero/street-art/1276843>
- 11.- Paris, E. (22 septiembre 2017). Diario de un Viajero. Urban Nation Museum: abre en Berlín el primer museo permanente dedicado al arte urbano. Referenciado en: <https://www.diariodelviajero.com/museos/urban-nation-museum-abre-en-berlin-el-primer-museo-permanente-dedicado-al-arte-urbano>
- 12.- Ruiz, G. (10 de septiembre de 2014). La enseñanza de la ilustración de gran formato, en la formación del diseñador gráfico.

Referenciado en: <https://prezi.com/hlmjk1tkdlvv/la-ensenanza-de-la-ilustracion-de-gran-formato-en-la-formac/>

13.- Tudela, J. (6 de abril del 2008) Producción y gestión de las intervenciones artísticas en los espacios públicos.

Referenciado en:

http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316604905_bgc16-JTudela.pdf

14.- Urbanario, (13 de noviembre de 2008). Blek le Rat.

Referenciado en: <https://urbanario.es/articulo/blek-le-rat/>

15.- Anónimo (2003). Todo sobre la técnica de la ilustración.

Referenciado en: <http://catalogo.artium.org/book/export/html/4628>

Recursos Videográficos

1.- Belin, (12 sep. 2017). Artista Urbano especialista en graffiti, Curso Online: Iniciación a la pintura con spray, Domestika [Archivo de video].

Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=LBxhOIHrPpY>

2.- Cof, (20 jun. 2017). Santiago Ilustrado Festival [Archivo de video].

Recuperado de:

https://www.youtube.com/watch?v=_CcBY9VIVYE

3.- Colin, M. (18 julio 2013) Global Street Art - Mexico City – Saner [Archivo de video].

Referenciado en: <https://www.youtube.com/watch?v=cp0C-SZZz0o>

Apéndices

Entrevista realizada a Ateo, creador de imagen, conociendo su opinión, acerca de sus vivencias, situaciones, influencias, aportando conocimiento para la elaboración del cuerpo de esta investigación.

“Intervenciones de la Ilustración a Gran Formato ubicadas dentro de un Espacio Público al Oriente de la Ciudad de México”.

Contesta la siguiente encuesta, con el propósito de establecer parámetros para la elaboración de una tesis profesional.

NOMBRE: Ateo

ESTUDIOS: Licenciatura en Psicología.

Delegación o municipio: Los reyes

1.- ¿Qué elementos consideras importantes para la comunicación pública?

Precisamente para que la comunicación se vuelva pública, la idea es que ocupe, tome, se apropie de espacios públicos en general (tv, radio, medios impresos, anuncios callejeros, bardas, intervención sobre espacios o superficies que no estaban destinados para este primer fin.

2.- De acuerdo con tu vivencia como defines la ilustración:

Representación gráfica que estampa, adorna, decora, da vista, acompaña a diversos medios impresos.

3.- ¿Qué género de la ilustración consideras que tiene un amplio carácter en el mercado laboral?

El cartel, la historieta y en libros.

4.- ¿Qué técnica consideras más fácil para elaborar dibujo?

Carboncillo, acuarela y tinta china.

5.- ¿Cuáles materiales no comunes se han vuelto básicos para ti?

Material que parece solo serviría para ser enviado a un basurero: cajas viejas, patinetas usadas, aparatos electrónicos que ya no sirvan hasta zapatos y juguetes a los que se les puede cambiar su primera finalidad con la que fueron elaborados.

6.- ¿En qué soportes has realizado dibujos siempre y cuando no sea papel?

Madera, bastidores, paredes, juguetes y latas de aerosoles.

7.- ¿Has tenido oportunidad de realizar una intervención en un espacio público? Si es así como la describes:

Si.

Dos tipos de experiencia: De manera legal, con permiso y autorización se pinta con toda tranquilidad.

La retroalimentación con el público espectador suele ser nutritiva, de agrado para la gente.

De manera ilegal, sin permiso ni autorización, la retroalimentación si la hay suele ser de desconocimiento, rechazo y hasta con muestras de agresión, ya que se interviene en espacios públicos y privados.

En los que, en lo personal, la intención primordial es apropiarse del espacio que a uno le agrada, que le venga en gana, que sea un acto transgresor y que no conozca de limitaciones para realizar la intervención, acto que generalmente es contra reloj.

8.- ¿Qué opinas de la cultura underground “Street Art – Graffiti – Stickers – Propaganda”?

Toda una gran variedad de técnicas con las que se puede dar a conocer lo que sentimos y pensamos sin necesidad de ser "teóricos", cultos, ilustrados o estar inscritos en alguna institución que trate sobre el tema de la comunicación gráfica y visual. El aprendizaje es empírico y se comparte principalmente por medio de la narración de nuestras experiencias personales en este ámbito.

Es más libre, por lo tanto, menos entendida y patrocinada.

Lamentablemente últimamente se vende el trabajo de quienes lo hacen por el hecho de obtener reconocimiento institucional y patrocinios y por ego de los creadores.

9.- ¿Consideras que estas intervenciones puedan impactar tanto como lo fue el muralismo en México?

Totalmente.

10.- ¿Qué factores incluirías en la cultura underground para ser más reconocida en el medio?

Nada es necesario, ni ayuda de patrocinios, el "Hazlo tu mism@", la sencilla dinámica de organizar los tiempos para hacer intervenciones de acuerdo a nuestros tiempos sin el compromiso de cumplir con planes de trabajo que dicte alguna institución, la capacidad de generar obras creativas y que llegan de manera directa al público con un muy bajo presupuesto, no se necesita de galerías ni museos para dar a conocer nuestro trabajo.

Al realizar una ilustración
congeló el tiempo,
puedo darle un rostro a un texto,
vida a un pensamiento,
ó dibujar sonrisas,
muestro alternativas de expresión;
o hay fronteras para la ilustración.

