



UNIVERSIDAD OPARIN S.C  
ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CLAVE DE INCORPORACIÓN UNAM 8794  
PLAN 31 AÑO 2014

LA TEORÍA DEL COLOR APLICADA EN EL MUNDO DEL MAQUILLAJE  
UTILIZANDO LA TEORÍA DE TONOS DE FITZPATRICK

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:  
ESTRADA ESQUIVEL ESTEFANI CECILIA

**ASESOR:** FERNANDO PALMA MARTÍNEZ

ECATEPEC DE MORELOS, NOVIEMBRE 2021





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## DEDICATORIA

La tesis es producto de nuestro esfuerzo y dedicación, de tiempo invertido, cansancio y estrés. Sin embargo, finalmente hay personas que contribuyeron a aquel logro y la culminación de la misma.

Quiero dedicar esta tesis y Agradecerle A Dios por la vida que me dio y la oportunidad de elegir mi camino profesional, a mis padres, que me forjaron como una persona de bien, este trabajo es muestra de que todo su esfuerzo tiene un fruto, el cual agradeceré toda la vida, a toda mi familia por darme el apoyo y cariño, además de mi compañero de vida quien no dejo de aportar y darme ánimo a lo largo de este proceso. A mis profesores por su ayuda, paciencia y dedicación.

# ÍNDICE

Marco teórico	5
Justificación	14
Objetivos	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Planteamiento del problema	17
Hipótesis de trabajo	18
Hipótesis alternativa	18
Metodología	19
<b>Capítulo 1. El diseño y comunicación visual</b>	
1.1. Historia del Diseño y Comunicación Visual	21
1.2. Elementos Gráficos	38
1.3. Tipografía	46
1.4. El Uso de la Retícula	70
1.5. Proceso de Comunicación Visual /Materiales gráficos	80
<b>Capítulo 2 Color</b>	
2.1 La Percepción	93
2.1.1. Identificar el Origen del Color	95
2.1.2. Los Tipos de Colores y su Clasificación	96
2.2 Teorías del Color	98
2.2.1. El Circulo Cromático	98
2.2.2. Teorías del Círculo Cromático	99
2.2.3. Interpretación del Círculo Cromático	100

2.3. Psicología del Color	102
2.3.1 La Influencia del Color en el Maquillaje	105
<b>Capítulo 3. El Maquillaje</b>	
3.1. Historia del Maquillaje	108
3.2. El tono de Piel Mexicano	117
3.2.1. El Color de Cabello	119
3.3. El Color y su Aplicación en el Maquillaje	120
<b>Capítulo 4. Creación de Material Gráfico para Maquillarse</b>	
4.1. Metodología de Diseño	125
4.2 Desarrollo del Material Gráfico (lenguaje audiovisual)	129
4.3. Desarrollo de Contenido (audio)	138
4.4. Métodos de Difusión	143
Conclusión	147
Bibliografía	149

## MARCO TEÓRICO

En el presente trabajo se mostrarán los fundamentos teóricos que sustentan la investigación. Enfocado en los antecedentes de las diferentes teorías del color mostrando una relación que, hasta el día de hoy, se siguen utilizando al momento de aplicar color en diversas áreas del diseño y conforme su uso, su percepción tiene resultados diferentes.

La percepción es un proceso complejo de relación entre varios sistemas los cuales incluyen la percepción sensorial, memoria, atención, conocimiento, reconocimiento, entendimiento, conciencia, representación, interpretación. (Alberich, 2014)

Según el precursor del color Goethe, el color es una sensación subjetiva del cerebro y sólo perceptible para aquellos seres vivos con un cerebro suficientemente desarrollado (humanos, primates y algunas especies excepcionales). En realidad, para poder "ver" una escena cualquiera, basta con que exista una fuente emisora de radiación electromagnética que "ilumine" la escena; un dispositivo receptor que capte la radiación reflejada por los objetos y un "procesador" que interprete los resultados. (Heller, 2004)

Gracias a la evolución humana, los colores que conocemos, los relacionamos ahora hasta con emociones Pérez (2013) menciona que el acto de percibir además de procesar las sensaciones producidas, es el resultado de la unión de varios elementos constituidos principalmente por los canales afectivos, cargas emocionales, culturales, sociales, valores y costumbres que posee un individuo.

El color está cargado de contenido cultural, dándoles un significado emocional a algo que, aunque podemos tocar y ver es algo que técnicamente "no existe", lo que existe es la luz, siendo el color un resultado de ésta.

Isaac Newton (1641-1727) fue el primero en demostrar (1666) que el color no existe. Lo hizo en una habitación oscura, dejando pasar un pequeño rayo de luz blanca a través de un orificio. Interceptó esta luz con un pequeño cristal, un prisma de base triangular, y fue ahí donde percibió que cuando un rayo de luz atraviesa el cristal, se descompone y los seis colores del espectro se reflejan en la pared sobre la que cae el rayo de luz original rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta. Por lo tanto, definiremos el color físico como la calidad de los fenómenos visuales que depende de la impresión producida en el ojo, la ausencia total de luz nos dará el negro, o la suma de todas las luces el blanco.

El experto en coloración John Gage ha escrito que cuando Newton “enrolló” los colores en un círculo de nacimiento dos potentes conceptos el primero como que las relaciones entre los colores se visualizan y se memorizan con más facilidad cuando están dispuestos en círculos juntos; el segundo, que con los colores así dispuestos son evidentes las relaciones naturales de los colores espectrales ahí contenidos.(...) las relaciones recién percibidas dieron origen al vocabulario del color que se emplea hoy en día. (Edwards, 2019)

En 1791 Johann Wolfgang Goethe comenzó a estudiar los efectos psicológicos de los colores. Posteriormente creó una rueda de color propia que mostraba el efecto psicológico de cada color. Los sentimientos de alegría y entusiasmo se desprendieron por los colores en el lado positivo, mientras que el lado negativo produjo sentimientos de desequilibrio y debilidad.

El color tiene una serie de características con las que podemos diferenciarlos y multiplicarlas al añadir blanco o negro, por esto los colores se clasifican para así darle el mejor uso se clasifican conforme su tono, luminosidad o su saturación.

Tono: es una cualidad del color que nos permite diferenciar cómo nombrar y designar los colores es el estado puro, sin el blanco o el negro agregados.

Luminosidad: determina qué tan claro o qué tan oscuro parece un color, dependiendo a la cantidad de luz que este percibe, es la capacidad de un color para reflejar la luz blanca que incide en él.

Saturación: define el entre más intenso, es mayor el grado de pureza de cada color tienen el máximo poder de pigmentación, aunque no siempre nos encontramos con colores puros estos suelen ser compuestos por mezclas complejas o cantidades iguales de colores primarios, cambiar saturación de un color hay que mezclarlo con un complementario o añadiendo blanco lo que nos da un color neutro.

Para entender primero estos términos primero se deben identificar los primeros tres conjuntos básicos de colores que forman una rueda de 12 colores: Los primarios, los secundarios y los terciarios.

Los primarios, son tres colores: amarillo rojo y azul mezclando estos pigmentos se obtienen todos los demás colores, no se puede obtener amarillo, rojo y azul mezclando otro tipo de pigmento, así que teóricamente mezclando estos tres colores de maneras en órdenes diferentes se pueden conseguir todos los demás colores existentes.

Los secundarios que son en naranja, el violeta y el verde se llaman secundarios (...) porque teóricamente salen de los colores primarios, el naranja procede del rojo y el amarillo, violeta del rojo y el azul, y el verde, azul y el amarillo.

Los colores terciarios cada uno se obtiene combinando un color primario con uno secundario. Hasta 6 colores intermedios llevan nombres compuestos, qué indican los dos colores de origen: amarillo-naranja, rojo-naranja, azul-violeta, azul-verde y amarillo-verde (Edwards, 2019)

Los colores análogos se encuentran a ambos lados de cualquier color en el círculo es decir tiene un color de lado derecho o de lado izquierdo, quedando tres colores; el central y los dos laterales al principal. Los colores análogos se tratan de colores que tienen un matiz en común con variaciones de valor o intensidad los colores análogos producen una sensación de armonía.

Los colores complementarios son dos colores directamente opuestos entre sí en el círculo cromático estos colores opuestos crean en máximo contraste y máxima estabilidad generando vibración y movimiento.

La mayoría de los investigadores sostiene que podemos distinguir alrededor de un millón de colores. (BBC, 2015) Nuestro ojo lo percibe a diario y podremos considerarlo hasta común, pero el color también transmite, nos afecta tanto de manera psicológica como físicamente.

El color, como otros términos, tiene diferentes significados. Los físicos lo aplican a las variaciones en las distribuciones espectrales de las luces, tanto si son emitidas directamente por fuentes como sí lo son indirectamente reflejadas o transmitidas por objetos. Los químicos utilizan la palabra color para referirse a diferencias espectrales debidas a variaciones en la constitución molecular o en las configuraciones de los compuestos químicos.

En psicología, el color significa un aspecto de la respuesta de un observador humano, una percepción que tiene lugar en el cerebro del observador como resultado de la estimulación visual. En el lenguaje normal el color se asocia con objetos, de modo que el mismo objeto debe tener el mismo color siempre y en todo lugar; así se dice verde césped, rojo sangre. El color también es una palabra familiar y se utiliza indiscriminadamente en cualquiera de los tres sentidos. (Gilabert, 2002)

El proceso de percepción se puede dividir en tres fases:

**Selección:** percibe los estímulos de acuerdo con sus características personales es decir que interviene, aunque sea de forma inconsciente y la percepción selecciona los mensajes que le llegan, generalmente percibe de forma distorsionada los mensajes, captan solamente los aspectos agradables o los que responden a sus necesidades e intereses.

**Organización:** los estímulos seleccionados organizan y se clasifican en la mente del individuo configurando un mensaje como resultado la escuela de la Gestalt estableció los principios de organización de los estímulos según el agrupamiento contraste ambigüedad etc.

**Interpretación:** esta fase proporciona significados a los estímulos organizados, y la interpretación depende de los factores internos de la persona de su experiencia

interacción con el entorno, las funciones principales de los colores y su simbología son:

El amarillo es el color de la luz y el oro. Tiene que ver con la riqueza y la abundancia, la acción y el poder. También hay poder. Sus características son irritantes. Tiene interpretaciones negativas como los celos, la ira y la traición. La presencia excesiva puede llevar a irritabilidad.

El naranja simboliza el entusiasmo y la acción. Por otro lado, se relaciona con ciertas religiones orientales, y algunos de sus significados están relacionados con lo secular (entre otros aspectos de la lujuria y el deseo carnal), pero también con lo divino, porque también representa lo sublime.

El rojo es el color más vibrante, muestra alegría y fiesta. Es impulsivo y simboliza sangre, fuego, pasión, fuerza y revolución. También está relacionado con la destrucción, la crueldad y la violencia, también hemos visto que en muchos códigos tiene significados peligrosos. Junto a las obras anteriores, aunque cálidas, da una impresión de proximidad y expansión.

El azul es el color del espacio, la distancia y el infinito. En publicidad, se relaciona con la limpieza y la frescura. Es un color, como todos los colores fríos, parece alejarse, simbolizando tranquilidad, cariño, frialdad y sabiduría.

El verde es el color de la naturaleza y los humanos. Representa esperanza y equilibrio emocional, pero por otro lado también tiene connotaciones negativas como veneno, demonios y su relación con los reptiles. Este también es el color de los celos.

La violeta está relacionada con la pasión, el dolor y la muerte. También con dolor y arrepentimiento. En su variante violeta, se relaciona con la realeza y la dignidad, pero también con la melancolía y el refinamiento.

El marrón es un color masculino, serio y cómodo. Evoca la atmósfera del otoño y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es un color realista, quizás porque es el color de la tierra que hemos pisado. El blanco suele tener interpretaciones

positivas como pureza, limpieza, paz y virtud. El negro es todo lo contrario: oscuridad, ceguera, muerte y duelo, aunque también simboliza la elegancia. Finalmente, el gris es un color pasivo, carece de vitalidad, neutro y tiene el significado de resignación.

El color tiene una percepción psicológica que influye y evoluciona con todo estilo de vida se le adjudica una cualidad, ya sea social, cultural y hasta personal, teniendo simbologías concretas, esto se refiere al color en todas sus propiedades, nuestro cerebro las interpretar y el impacto cromático tiene una estrecha relación con la psicología y esto juega un papel importante al momento de aplicarlo en el diseño.

El tono de piel es el color de la superficie que vemos cuando observamos la piel, y es el color más dominante. Esto se ve afectado principalmente por la cantidad de melanina en la piel. La melanina es un pigmento oscuro en nuestro cuerpo, determina la profundidad de nuestro cabello, ojos y tono de piel.

Por supuesto, también hay tonos oscuros. Esto es lo que confunde a muchas personas, especialmente a la hora de elegir un color que combine con la piel. El matiz es el color sutil más suave debajo de la superficie de la piel. No cambiarán con la influencia de la luz, el bronceado o cualquier otro factor externo.

Una de las formas más fáciles de determinar el color de fondo es observar las venas de la muñeca. El color de las venas determina el tono de la piel.



Azul o morado - subtonos fríos.

Azul - verde subtonos neutros.

Verde u olivo – subtonos cálidos.

Fuente: adaptado de Sandra Landgraf, por Sandra Landgraf, 2021, Sandra Landgraf.

Si quieres tener la respuesta más certera posible, ve las venas de tus muñecas al sol, ya que la luz natural puede ayudarte a definir el tono exacto (...), por lo que este color es el verdadero factor determinante de tu subtonos. (Ulloa, 2019)

La escala de fototipo de Fitzpatrick permite conocer la sensibilidad de la piel frente a la luz ultravioleta. Fitzpatrick la planteó en 1975 basada en una entrevista personal explorando la historia de exposición solar y la capacidad de broncearse, buscando una aproximación estimada de la tolerancia cutánea a la luz UV.

La evaluación de la fototipo mediante la escala de Fitzpatrick no se basa en el color de la piel sino en la sensibilidad cutánea a la luz y su forma de reaccionar frente a ella y ha sido objeto de evaluación en poblaciones latinas como la colombiana.

Fototipo I: personas que tienen un color de pelo rubio o pelirrojo, ojos claros, ya sean verdes o azules, y una piel muy pálida o blanca. Suelen quemarse con mucha facilidad durante sus exposiciones al sol y por ello, son los que más cuidados precisan tomar y quienes deben usar los bloqueadores solares con la máxima protección.

Fototipo II: personas que tienen la piel clara usualmente pecas, los ojos azules o castaños y el pelo rubio o pelirrojo (...).

Fototipo III: se trata de un grupo integrado por personas que presentan pelo rubio o castaño claro, ojos que pueden ser verdes o marrones y un tono de piel clara en invierno pero que se broncea en verano. A veces, si no toman precauciones o se toma sol durante demasiado tiempo, pueden quemarse, pero en la mayoría de los casos suelen ponerse morenos tras sus exposiciones solares. No obstante, deben usar una protección solar alta.

Fototipo IV: se trata de personas con pelo castaño oscuro, los ojos marrones y la piel, de por sí, morena. No suelen tener problemas para broncearse, y su piel adopta una tonalidad dorada con facilidad. Sólo se queman si están mucho

tiempo tomando el sol, pero eso no significa que no tengan que usar protector solar, con una protección normal.

Fototipo V: son personas que tienen la piel oscura, al igual que los ojos, el pelo color negro. Se broncean con muchísima facilidad y no es necesario que se expongan mucho al sol para estar morenos. Es muy raro que se quemen, y esto sólo ocurre cuando están expuestos a las radiaciones solares de una manera excesiva. Sin embargo, ellos también necesitan usar protección solar.

Fototipo VI: personas de raza negra. Sus pieles son muy oscuras, al igual que su cabello y ojos. Es casi imposible que se quemen, pues tienen una piel muy pigmentada, aunque deben evitar la exposición al sol sin protección, pues las radiaciones, aunque no les produzcan daños externos, también son nocivas. (AsoColDerma, 2016)

Utilizando la edición gráfica y teorías del color, ayudarán a plasmar el material gráfico de forma correcta y entendible, según Moles (1999), la imagen será aquella de una toma de conciencia de una actitud teórica, entonces las imágenes nos ayudarán a representar la idea principal.

En la infografía, la iconicidad es una característica que se encuentra en diversos grados dada la variedad de elementos componentes, pues no se encuentra en el mismo plano un texto que una fotografía, sin embargo, ambos se encuentran en el mismo análisis (...). La comprensión es la capacidad para entender y penetrar en el conocimiento de las cosas, es decir, es el entendimiento y la rapidez en la percepción por medio de los sentidos y la inteligencia de las ideas que transmite la infografía, su fácil lectura, etc. (Sancho, 2013)

Pero Joan (2003) nos dice que la infografía comprende dos categorías de actividades:

- El análisis o tratamiento de imagen a partir de una imagen existente
- La construcción de estructuras visuales: planos, modelos y esquemas

Es por eso que la idea se plasmará de manera impresa, con imágenes y colores previamente analizados, utilizando los conocimientos de diseño necesarios.

Cuando se concluye la edición de la publicación y esta ha sido aprobada, es recomendable usar para la impresión el sistema offset. Depende del tipo de formato que se use para imprimir la publicación final, esto suele quedar a disposición de la imprenta. Sí llevamos a imprimir un ejemplar de una revista se puede hacer en impresión digital, por su costo es más bajo y por ser solo la unidad. Este tipo de impresión digital dispone de una excelente calidad, es preferible nunca realizarlo en impresión a inyección (tinta líquida), esto puede restar calidad y exactitud de colores. Cuando se plantea por primera vez un proyecto, se entra en una etapa de información, es decir, deben clarificarse los propósitos y los problemas; antes del diseño propiamente dicho, éste debe ser planificado sin tener en cuenta al diseñador que lo va a realizar. (Martin, 1994)

Según Zanon (2008) es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y en algunos casos multimedia tanto en soportes tradicionales como electrónicos.

JUSTIFICACIÓN:

Durante la investigación se recurrirá a la edición gráfica para tener las bases correctas al momento de desarrollar el material gráfico, en un orden específico y se entienda el contenido además que en esta área investigaremos en qué tipo de papel será mejor la impresión. Las teorías de color conforme al círculo cromático serán las que explicarán como el color debe ser aplicado en el maquillaje.

La teoría de fototipos de Fitzpatrick porque es la única que aún se sigue utilizando, además de que ayudará para poder identificar los tipos de tonos base existentes, y como resultado tener una guía clara.

Es conveniente para el correcto uso del color en la aplicación del maquillaje en las pieles mexicanas para que esta sea visualmente estética.

Teniendo relevancia social, el beneficio es dirigido al género femenino, trascender en el área de hombres y en la exploración de las combinaciones existen muchos tipos de tonos de piel, pero puede crearse una guía general para ellos. Interesados en el área de maquillaje, ya sea artístico, para televisión, para teatro e incluso personal.

Tiene una amplia implicación prácticas si en el área de belleza maquillaje y estética es amplio porque combina desde los ojos el color de cabello tono de piel, género.

Su valor teórico será parte de lo que se puede consultar para aplicarlo al momento de aprender de maquillaje editorial, artístico o personal.

La investigación puede ayudar a crear un nuevo instrumento para recolectar o analizar datos, se pueden recolectar conforme el tipo de piel que existe y las gamas que se pueden manejar por subtonos y analizar la efectividad en un maquillaje aplicado, incluso retomar teorías de color para nuevas creaciones.

Su ayuda puede llegar tanto a personas que buscan un conocimiento previo para poder aprender a maquillarse, tener una guía práctica y rápida que le ayude a consultar en el momento que necesiten, hasta vendedores de productos de

belleza, que tendrán una guía con la que podrán ayudar a sus posibles compradoras de manera visual.

La actual situación que vive el mundo entero por una pandemia, ha eliminado completamente la idea de muestrarios en el área de maquillaje, ahora no puedes probar el tono de base para ver si es ideal para tu piel, pero con una guía basada en las teorías del color facilitará el poder escoger un producto ideal para el usuario, sin probarlo.

El tipo de estudio que se podría incluir sería exploratorio.

Un buen maquillaje con la correcta aplicación del color como parte de la presentación personal es una razón para tener más posibilidades de conseguir trabajo y en qué áreas de trabajo es un factor que ayuda, aumenta o cambia la perspectiva de las personas.

¿En qué áreas de trabajo, un maquillaje “cargado” es mejor que un maquillaje sutil e imperceptible?

Descriptivos

Encontrar la relación entre el color y la duración aplicado en la piel, no existe una investigación donde se hable cuanto es la duración de los colores aplicados en la piel y que describa la duración.

Explicativos

Las ventajas de la aplicación de maquillaje con aerógrafo y los efectos de volumen utilizado en fotografía, cine y televisión.

El maquillaje con aerógrafo es una técnica de maquillaje que consiste en pulverizar el rostro o el cuerpo usando el aire como vehículo, en consecuencia, con esta técnica de aplicación no se llega a tocar la piel.

Correlacionales

La teoría del color relacionado con el maquillaje, y la aplicación con instrumentos, técnicas y productos entre mejor calidad de los productos, ¿mejor será la aplicación?

## OBJETIVO GENERAL

Emplear de manera correcta la teoría del color para resaltar la estética visual en la piel de las mujeres y hombres con ayuda del maquillaje, utilizando la teoría de fototipos de Fitzpatrick.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definir e identificar cuáles son las teorías del color y sus características.
- Examinar y clasificar los tipos de tonos de piel.
- Enseñar el correcto uso del color en el maquillaje utilizando teorías del color.
- Potenciar los colores del círculo cromático, al momento de aplicar maquillaje.

OBJETIVOS PRÁCTICOS: Diseñar un material gráfico a los usuarios para el correcto uso del color aplicado dependiendo a sus características.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo mejoraría las teorías del color en el maquillaje para tener resultados visualmente estéticos?

El maquillaje es la práctica de decorar la piel, cabello y otras partes visibles del cuerpo para obtener un aspecto más estético. En el maquillaje de caracterización se utilizan productos cosméticos decorativos y materiales específicos. Suele compararse muchas veces con una máscara, sin tomar en cuenta que su finalidad es ante todo resaltar los puntos positivos del rostro y disimular los desfavorables, aquí es donde se relaciona con el diseño, nosotros nos encargamos de innovar al momento de resaltar la belleza, existen teorías del color que iluminarán o darán saturación a el maquillaje.

El mal uso del color aplicado en el maquillaje es consecuencia de la desinformación e incluso el abuso de maquillaje en nuestra piel, así como dicen “los ojos son el reflejo del alma”, nuestra piel refleja en gran medida nuestro estilo de vida y una mala presentación nos afectará tanto en el nivel social hasta en el laboral.

La variable independiente será como influyen las teorías del color conforme el círculo cromático dependiendo del tono de piel, de cabello y de ojos y la variable dependiente será el resultado de las teorías aplicadas en el área de maquillaje.

¿Por qué un material gráfico es la mejor opción para plasmar la idea?

Con ayuda de los elementos que se utilizan en un material gráfico que pueden ser iconos, colores, imágenes y tipografías que llamen la atención será más fácil de explicar el uso del color en cuanto al maquillaje, además de que esto lo hará más llamativo a la vista y se utilizarán los recursos de edición editorial para que el mensaje sea claro y preciso.

HIPÓTESIS

## HIPÓTESIS DE TRABAJO

1. La creación de un material gráfico para consultar dependerá de los colores en tu piel, que ayudará a el correcto uso del color.
2. La aplicación de los colores en la piel, dependiendo la tonalidad es cada persona, para intensificar el tono de color.
3. Tener el conocimiento del correcto del uso del color dependiendo tus tonos y subtonos de tu piel, ayudará a un mejor maquillaje.
4. Un mejor manejo de tonos y subtonos de tu piel, hará un mejor maquillaje exclusivamente para cada persona.
5. Un material gráfico con los conceptos y reglas del correcto uso del color se utilizará para la consulta de maquillistas profesionales.

## HIPÓTESIS ALTERNATIVAS:

1. Si se crea un material gráfico con el correcto uso del color, los usuarios tendrán el conocimiento de manera útil y los resultados serán en el área de belleza.
2. Sí existe un material gráfico fácil de consultar, los usuarios comprarán más productos de maquillaje.
3. Se plantea correctamente el uso del color en la piel, y esto disminuirá el acné en la piel.
4. Se adaptará el correcto uso del color, y por consecuencia las relaciones amorosas aumentarán.
5. Un buen maquillaje con la correcta aplicación del color como parte de la presentación personal es una razón para tener más posibilidades de conseguir trabajo.

## METODOLOGÍA

Una metodología nos ayudará a que el conocimiento esté dirigido de forma organizada y garantice su efectividad para la elaboración de un material gráfico

se utilizará el MODELO GENERAL DEL PROCESO DE DISEÑO UAM que consiste en los siguientes puntos:

Caso: Tratamiento de los fenómenos sociales, primera formulación integral.

Problema: estudio del fenómeno desde los objetivos, condiciones teóricas.

Hipótesis: máxima cantidad de suposiciones o alternativas para el problema, agotar las posibilidades.

Proyecto: interacción total con los métodos y técnicas de las disciplinas que se van a implementar en la realidad de la hipótesis.

Realización: Producción material de la forma propuesta.

Recordando que es un modelo de secuencia cíclica, se requiere de evaluación y retroalimentación.

Caso: En el capítulo 1 se planea desarrollar y explicar qué es el diseño y cuáles son los elementos es necesario investigar esta área para saber qué herramientas se necesitarán al momento de crear un material gráfico. Hablando un poco de su historia.

Problema: En el capítulo 2 se hablará de cómo el ser humano percibe el color, y como a lo largo del tiempo existen colores que pueden influir en el actuar de las personas y hasta en su estado de ánimo, y cómo relacionamos los colores a pensamientos o actitudes.

Hipótesis: Las teorías del color son utilizadas en más de un campo en nuestras vidas, desde el color de tu casa, auto, ropa, centros de comida, de recreación, etc. En este caso, se enfocará en el área de belleza, es importante tener una guía o apoyo para poder aplicar de la mejor manera y visualmente estética.

En el capítulo 3 se introduce el tema “principal” pues toda la investigación de las teorías del color, ayudará a mostrar cómo es mejor aplicar los tonos de maquillaje existentes dependiendo tu tono de piel, cabello y ojos, teniendo una guía para lograr un mejor uso de los colores.

Proyecto: En el capítulo 4 se mostrará el desarrollo del material gráfico e implementará el orden, estructura y el estilo del mismo.

Como conclusión se espera tener un material gráfico, donde se explicará y se usará como guía para poder aplicar los diferentes colores en los tonos de piel, logrando que este demuestre de manera práctica y visualmente estético.

## INTRODUCCIÓN

*“El color debe ser pensado, soñado, imaginado.”*

Henri Matisse

La presente investigación se refiere al tema de las teorías del color, que se puede definir como un conjunto de reglas básicas para mezclar colores para lograr el efecto deseado, las cuales se pueden aplicar en varias disciplinas, como arquitectura, pintura y específicamente para esta investigación nos enfocaremos en el área de diseño donde se entiende como una disciplina creativa que tiene como objetivo proyectar soluciones estéticas, simbólicas y funcionales, utilizando elementos gráficos, a través de signos visuales que expresan un determinado objetivo.

Si bien, es evidente la relación que existe entre las teorías del color y el diseño, pese a que son puntos importantes para la investigación, conforme avancemos desarrollaremos sus conceptos, antecedentes y características, sin embargo, uno de los objetivos del presente escrito es agregar la relación con una disciplina que podría ser considerada poco común; el maquillaje, la palabra viene del francés y apareció en los teatros franceses del siglo XIX, para referirse a la pintura que se le ponían a los actores en la cara, pero el origen del maquillaje se remonta a siglos atrás por estas razones durante la investigación nos introduciremos en los inicios del color, diseño y maquillaje ¿Quién dio el paso decisivo para el concepto de color? ¿En qué momento se establece la definición de diseño? ¿Quiénes fueron los precursores que volvieron el maquillaje como parte de la rutina diaria de una mujer? ¿El maquillaje siempre tuvo relación solo con las mujeres?

Es por esto que la importancia de este proyecto de investigación se basa en la comunicación visual como medio de difusión para proyectar el material gráfico como resultado final del estudio, así este no quedará sólo como parte de una búsqueda con un resultado que se vea solo una vez, lo ideal será que el material gráfico circule con ayuda de las redes sociales. La estructura del proyecto presente se muestra a detalle a través de capítulos que facilitan la lectura y comprender el desarrollo del elemento gráfico; en el capítulo 1 es primordial planificar desarrollar, describir qué es el diseño y qué son los recursos, se necesita averiguar esta área para entender qué herramientas se requieren para producir materiales gráficos.

A fin de que analizaremos cómo los humanos perciben los colores, en el capítulo 2 describiremos cómo los colores están afectando la conducta de los individuos e inclusive los sentimientos en todo el tiempo y cómo asociamos los colores con pensamientos o reacciones.

La teoría del color se usa bastante en más de un área de nuestras propias vidas, a partir de los colores de su vivienda, carro, ropa, centro de comidas, centro de entretenimiento, etcétera. En esta situación, se enfocará en el campo de la belleza, y es fundamental disponer de una guía o soporte para que se logre ejercer de la mejor forma y visualmente estética. Se destaca que toda la averiguación sobre la teoría del color en el capítulo 3 ayudará a enseñar cómo ejercer mejor los tonos de maquillaje existentes según con los tonos de su piel, cabello y ojos. Proporcionará una guía para utilizar mejor el color con cuidado.

En consecuencia, en el capítulo 4 mostrará el desarrollo de materiales gráficos y su sucesión, composición y estilo. El diseñador gráfico se ocupa de mirar y hacer una traducción visual de los mensajes, organizar y cambiar la información que se desea transmitir, por medio de un orden lógico y coherente a un lenguaje común a todos los hombres y mujeres o a un definido conjunto de ellos. Entonces, la interacción usuario-contexto-diseño, se hace tan estrecha, que para explicarlo habrá que ligar con la otra. En un orden primario, podríamos mencionar que para que exista el diseño, debería haber un cliente, el cliente debería estar en un definido entorno y el entorno se refleja en el diseño mismo.

De esta iniciativa, comprendemos entonces que todo cuanto nos interesa fue antes creado para la satisfacción de determinados usuarios; algunas veces aquellos diseños son dirigidos especialmente a cierto cliente, que dejan de aplicarse a toda una sociedad; no obstante, además como diseñadores-usuarios tenemos la posibilidad de reinterpretar un diseño según nuestro entorno.

Es fundamental producir un estímulo común positivo en el momento de exponer un diseño. Junto con la proyección de una perfección visual en el receptor, hacer que este interactúe de una forma directa y agradable con lo cual se le da,

encontrando eso que requiere, está intentando encontrar o supone que le aporta. Tales colores, tipografías, ilustraciones, espacios, bloques de contenido, movimientos y varios más recursos, junto con una estructura clara y llamativa, realizan del diseño una disciplina visual. Su trascendencia todavía es la correcta jerarquización y presentación de la información con base a la conceptualización de esta.

El trabajo aquí plasmado, representa el enfoque para entender y ejercer técnicas de dibujo y prácticas de diseño para comunicar ideas de diseño, definir, desarrollar y comunicar ideas de diseño y su capacidad para interpretar informaciones gráficas.

Un óptimo diseño es un instrumento visual. Esto es con el propósito conseguir llamar la atención de los ojos y además de la mente debido a su implicación sensorial. Disponer de un material gráfico donde se explique y sirva de guía para lograr ejercer diferentes colores a los tonos de piel, permitiendo que se muestre de manera práctica y visualmente estética.

## **CAPÍTULO 1. EL DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

### ***1.1 Historia del Diseño y Comunicación Visual***

Objetivo: El primer capítulo busca introducir los principios, historia del diseño y la comunicación visual, proporcionando una base cultural y de conocimientos para poder entender los procesos, junto con las transformaciones que ha llevado del diseño en la historia.

Introducir y explicar la definición de los elementos gráficos para poder comprender los principios básicos del Diseño gráfico y la Comunicación Visual como el uso de la retícula y materiales gráficos.

Comprender los fundamentos teórico-conceptuales, técnicos y los que se derivan del contexto para la creación de imágenes, identificar y justificar qué tipografía utilizar en cada caso. Familiarizarse y utilizar el lenguaje técnico propio del sector del Diseño y la Comunicación Visual.

El origen del diseño se da a partir de la comunicación visual no verbal, inició con una mano pintada dentro de caverna con la necesidad de transmitir; “El hecho de marcar es una acción dirigida a la identificación y al mismo tiempo a la comunicación”. (Facultad de Diseño y Comunicación, 2008)

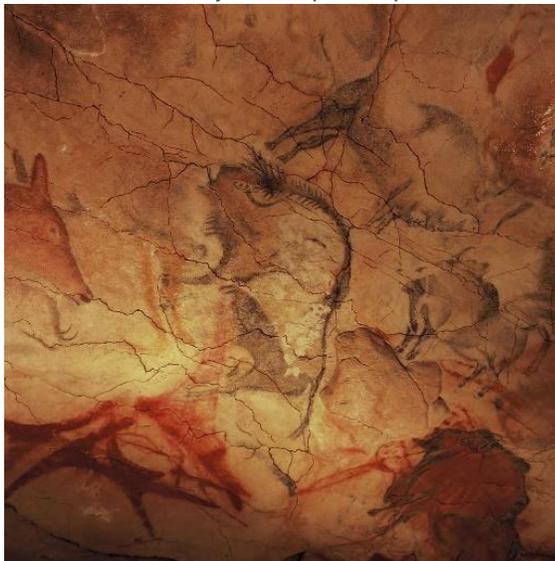
Demasiadas veces nos hemos preguntado qué es el diseño y en qué consiste la Comunicación Visual, pero encontrar una buena definición que resuma en qué consiste esta disciplina no siempre es fácil.

Se define el Diseño Comunicación Visual como la disciplina que estudia la aplicación de los procedimientos y el manejo de técnicas para la producción e investigación de los mensajes visuales. Su función social consiste en la solución de problemas de interacción humana, que implican la transferencia de información y la vinculación directa con los procesos de intercambio de conocimiento mediante estrategias, instrumentos, procedimientos, recursos y conceptos propios de los códigos del lenguaje visual y audiovisual. (UNAM, 2020)

Tomando esta definición como punta de partida, haremos un repaso breve por la historia del diseño desde sus inicios hasta la actualidad donde el ser humano expresó sus emociones, ideas e información plasmada con figuras, símbolos y llevándolo hasta la escritura, evolucionando en arte, música, películas, hasta la creación de contenido tridimensional creadas desde un ordenador.

Las pinturas rupestres (también conocidas como "arte parietal") fueron la primera forma de comunicación visual. Tienen su origen hace unos 40.000 años. Se encontraron por primera vez principalmente en Asia y Europa.

Ilustración 2 Cueva de Altamira y arte rupestre paleolítico del norte de España



Fuente: Reproducido de "Cave of Altamira and Paleolithic Cave Art of Northern," Yvon Fruneau, 2008

El propósito exacto de las pinturas rupestres del paleolítico aún se desconoce. Sin embargo, alguna evidencia que se ha encontrado sugiere que no eran simplemente decoraciones de áreas habitables, ya que las cuevas en las que se han encontrado no tienen signos de permanencia humana en curso, también se determinó que las cuevas en las que se encontraron no eran de fácil acceso.

Las pinturas fueron dibujadas con ocre rojo y amarillo, hematita, óxido de manganeso y carbón. A veces, la silueta del animal se grababa primero en la roca.

Las lámparas de piedra proporcionaban algo de luz. destinado a aumentar el número de animales. Las teorías sugieren que las pinturas rupestres pueden haber sido una forma de comunicarse con otros, o con un propósito religioso o ceremonial.

El primer alfabeto conocido comenzó en el antiguo Egipto (2000 A.C). El alfabeto representaba el lenguaje desarrollado por los trabajadores semíticos. El antiguo alfabeto egipcio no era una guía directa de los principios básicos del alfabeto que ya se había desarrollado hace mucho tiempo. (Emna, 2012)

La mayoría de los alfabetos modernos descienden del antiguo egipcio o estaban influenciados por él de diversas formas. La imprenta revolucionó el mundo de la comunicación visual al brindar a los humanos la capacidad de reproducir texto y gráficos mucho más rápido y más fácil, en lugar de tener que reproducir cosas manualmente. Johannes Gutenberg trajo la invención de La Imprenta. La invención de Gutenberg permitió abreviar los tiempos y aliviar la ardua labor que implicaba realizar copias manuscritas de los textos. Antes de 1455 no existían los textos impresos en Europa, pero hacia 1500, las

prensas ya operaban en más de 200 ciudades y impresión alrededor de 1568 existían más de 20 millones de libros. Jamás una invención había logrado expandirse tanto y tan velozmente en el continente hasta entonces. (Luzón, 2017) En menos de 50 años, la imprenta redefinió el mapa del conocimiento en Europa, desplazando a la iglesia del dominio exclusivo del saber y expandiéndose al mundo secular. (2018) este invento permitió, cuarenta años después (1482) imprimir el primer cartel. El libro de bloque tuvo mayor importancia en la parte visual, la relación de procesamiento de la imagen era mayor y se minimizaba el espacio

Ilustración 3 El proceso de



Fuente: Reproducido de "The Printer's Workshop," Mitchell,

para el texto en la composición.

La primera impresión de un libro impreso tuvo dos usos principales que lo llevaron a ser extremadamente popular y demandado. Estos usos fueron: libros religiosos e impresión de naipes. En ambos casos, la finalidad de la comunicación se manejó de manera extraordinaria; difundir ideas, promover códigos de conducta, apoyar o rechazar causas o ideologías. Esto fue porque estaban dirigidos a personas que no sabían leer, por lo que la parte visual era más importante que el texto en sí.

La comunicación de masas en la cultura occidental y una civilización en constante cambio. Con la imprenta de Gutenberg, la gente ya no tenía que depender de reproducciones académicas extensas de libros, abriendo la literatura (y la alfabetización) a las masas y haciéndola asequible. La imprenta de Gutenberg allanó el camino para usos más comerciales del diseño. Lo que marcó el comienzo de la era del diseño gráfico tal como lo conocemos.

La Revolución Industrial llegó en la década de 1760 y marcó el comienzo de una nueva era para el diseño gráfico. Entre los siglos XV y XVI, el Renacimiento dio fin a los varios siglos de influencia religiosa de la Edad Media, y dio paso al esplendor del ser humano en campos como el arte y la ciencia, se retoma la influencia de las culturas clásicas, como Grecia y Roma. Las tecnologías innovadoras comenzaron a surgir dando paso a el método de la litografía, La litografía se remonta a finales del siglo XVIII, cuando Alois Senefelder inventó la técnica de impresión con planchas de piedra. Este nuevo método, originalmente destinado a la reproducción de notación musical, se extendió rápidamente por todo el mundo del arte.

La Revolución Industrial también dio la bienvenida a la imprenta en 1800, una máquina que no solo redujo la mano de obra en un 90%, sino que también duplicó el tamaño del papel que se podía imprimir. (Emna, 2012)

Los avances tecnológicos, como la capacidad de imprimir en color o la cromolitografía, continuaron impulsando los avances en el diseño. Se utilizó principalmente para reproducir pinturas de decoración de interiores, pero la cromolitografía abrió una nueva puerta a la publicidad. La cromolitografía es un

método de litografía a través de la cual los dibujos son impresos en colores. Los ejemplares más afinados consiguen una buena aproximación del efecto de la pintura. (Blanco, 2010)

Durante el siglo XIX, muchos de los inventos incitaron la producción de imágenes. Entre estos muchos inventos estaba uno de los grandes diseños: la fotografía. La fotografía implica patrones de luz reflejados o emitidos por objetos que luego se registran en un medio sensible o en un chip de almacenamiento mediante una exposición cronometrada. Desde muchos años antes (en el s. XIV), Da Vinci tenía ya la noción de cómo fijar imágenes por medio de lo que llamaron cámara oscura. La primera fotografía fue una imagen realizada en 1826 por el inventor francés Nicéphore Niépce. (Citrinitas, 2019)

El pintor francés Louis Daguerre realizó investigaciones y experimentos similares a Niepce. Los dos trabajaron juntos para desarrollar la técnica a través de un acuerdo de asociación que establece que Niepce es el primero en conseguir la fijación de la imagen. Unos años más tarde, en 1833, cuando Niepce murió, Daguerre continuó trabajando solo, buscando formas de revisar el contrato de asociación, refinar la tecnología que Niepce inició y reducir el tiempo de exposición. En 1839 presentó un proyecto llamado Daguerrotipo. (Emna, 2012)

Ilustración 4 Vista desde la ventana en Le Gras



Primera fotografía permanente exitosa, de Nicéphore Niépce, 1827. Obra de Dominio Público.

Ilustración 5 Boulevard du Temple, la primera fotografía de una persona viva de Louis Daguerre, 1838. La imagen muestra una calle urbana con edificios y una persona que camina en el centro de la calle.



Esta es la que se cree que es la primera fotografía de una persona viva, de Daguerre, 1838, Obra de Dominio Público.

La técnica y el daguerrotipo se lanzaron en enero de 1839. Frente a la Academia de Ciencias de París. Después de eso, el gobierno compró los derechos de la

invención a Daguerre a cambio de la pensión vitalicia de Daguerre y una pensión vitalicia para el hijo de Niepce, y desde ese momento, el gobierno vende la invención para difundirla por Europa y América.

El modernismo es un movimiento artístico que se desarrolló a finales del siglo XIX y principios del 20. Este período también se conoce como la Era de la Belle. La era de la belleza duró aproximadamente desde 1870 hasta el comienzo de la Primera Guerra Mundial. El 1 de enero de 1895 un cartel publicitario difundido por las calles de París representó la aprobación del art Nouveau en las artes plásticas; correspondió a Alfons Mucha y representaba a la actriz Sarah Bernhardt en Gismonda.

El modernismo es también conocido como Art Nouveau, Jugendstil o Secession. Intenta fusionar arte y vida, y está influenciado por filosofías para romper con movimientos anteriores como el historicismo, el realismo o el impresionismo. Utiliza elementos naturales para dar movimiento a sus obras y hace que los ingredientes orgánicos juegan un papel importante. Lo que hace único a este movimiento es que sus autores han trabajado en diversas disciplinas. Por ejemplo, los arquitectos no solo necesitan diseñar sus propios edificios, sino también los muebles y la decoración que albergarán. Es por eso que comenzaron a aparecer decoraciones con formas decorativas.

Herbert Read, el historiador del arte inglés, planteó en una ocasión que la vida de cualquier movimiento artístico es como la de una flor: brota en manos de un número reducido de innovadores, después florece y a continuación comienza la decadencia, a medida que su influencia se vuelve difusa y distorsionada en

Ilustración 6 Cartel de Gismonda de Victorien Sardou



Sarah Bernhardt en el papel protagonista de Gismonda, de Alfons Mucha, 1894, Obra de Dominio Público.

manos de imitadores que no conocen las pasiones que lo impulsaron, sino sólo sus manifestaciones estilísticas. Con el nuevo siglo, tal fue el destino del Art Nouveau. Los primeros objetos y muebles de este estilo habían sido artículos únicos de edición limitada, pero, a medida que el diseño de carteles y publicaciones periódicas puso el Art Nouveau al alcance de un círculo cada vez más amplio, se produjeron cantidades mucho mayores. Algunos fabricantes se basaron en lo primordial y produjeron montones de artículos y de diseño gráfico de inferior calidad. Los artistas menores imitaron el estilo, mientras que muchos innovadores siguieron adelante en otras direcciones. El Art Nouveau fue decayendo poco a poco hasta que desapareció en las cenizas de la primera guerra mundial, porque las fuerzas políticas y

nacionalistas que empujaron a Europa hacia una contienda mundial había vuelto irrelevante su *joie de vie* estética. (Meggs, 2016)

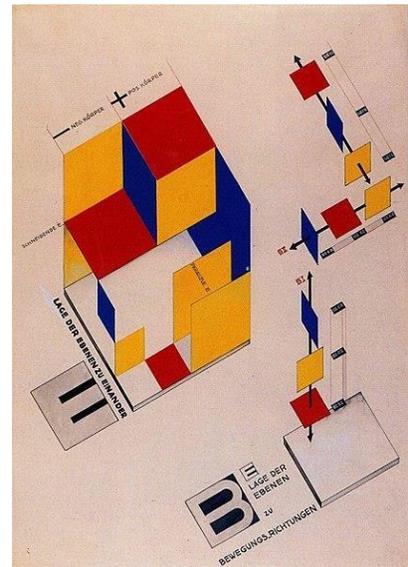
El comienzo del siglo XX estuvo marcado por la Primera Guerra Mundial. Comenzó en 1914 cuando el príncipe austríaco fue asesinado en Sarajevo. Esto desencadenó una guerra entre Serbia y el Imperio austrohúngaro. Terminó con la derrota de Alemania y Austria-Hungría en 1919 y la firma del Tratado de Versalles. En el mismo año apareció la Bauhaus, ampliando el campo del

Fuente Joost

diseño. La academia de arte, diseño y arquitectura Schmidt, 1925, Wikimedia Commons. CC0 1.0 comenzó en Alemania por el arquitecto Walter Gropius.

La escuela Bauhaus es también una escuela influenciada por el constructivismo, que estudiaron la importancia de la forma, el color y el color en el diseño, el material, la composición o el espacio, y trataron de agregar valor estético al

Ilustración 7 Mecánica Stage Design



resurgimiento de los productos industriales después de los conflictos. En 1925, la escuela se trasladó a Dessau, donde la gente se interesó por las partes más prácticas del objeto. El surgimiento de una generación de artistas fue resolver las limitaciones en el diseño debido a la industrialización.

Mientras Alemania desarrollaba la Bauhaus, Francia y

otros países europeos eligieron otro camino artístico.

Después de la guerra, los estilos decorativos modernistas comenzaron a ser reemplazados por líneas más simples y rectas, más acordes con la reducción de la estética gráfica y los costos del diseño industrial. Estamos hablando de artes decorativas.

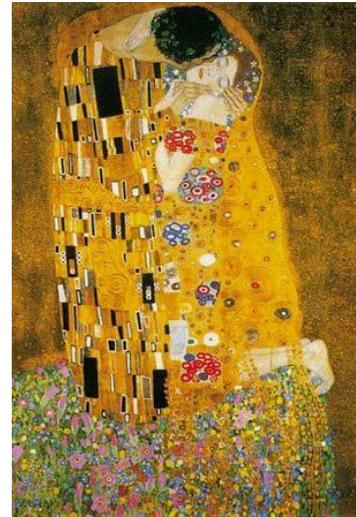
El movimiento fue ampliamente conocido en la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industria Moderna de París de 1925 y duró hasta 1939. Su influencia proviene de las distintas vanguardias europeas del arte, la evolución del modernismo, el racionalismo y el estilo moderno de la Bauhaus. Además, la influencia del constructivismo

ruso ha agregado líneas duras y solidez formal a sus obras, así como elementos monumentales. (Guillermo, 2006)

El art Nouveau y el art déco fueron estilos de corta duración, pero intensos y complejos, pero aun así fueron capaces de captar los cambios de su entorno e insertarse en ellos para generar múltiples alternativas a las demandas de la sociedad. Ambos desaparecieron con Las Guerras, pero su amplio legado no sólo expresó experiencias generadas en los campos del arte y diseño.

El diseño con influencia del estilo vanguardista Art Pop es un movimiento realizado por Lawrence Alloway del Reino Unido que inició en la década de 1950. Posteriormente llegó a Estados Unidos en los mismos diez años, y fue Nueva York

Ilustración 8 El beso



Fuente Gustav Klimt, 1908, Wikimedia Commons. Obra de dominio público.

la que se convirtió en el centro cultural mundial, donde el diseño gráfico jugó un papel muy importante. Tenía fuertes raíces europeas en la década de 1940 y ganó reconocimiento internacional por sus puntos de vista originales, y ha continuado hasta nuestros días. Obras de arte para las masas y la sociedad de consumo. Se considera una vanguardia que se opone al expresionismo abstracto que existía en ese momento. Este estilo es ya renombrado como cultura popular. Representa todas las cosas que tenemos en común. (Emna, 2012)

Ilustración 9 Códice Zouche-Nuttall, Hoja 80



La influencia de los países

Europeos en conjunto con la formación del patrimonio artístico de los países latinoamericanos, fueron integrando la cultura de cada país, creando posibilidades de diseño ilimitadas por el mundo. Cuba, Colombia y México tienen récords en áreas de material impreso del siglo XVI,

Fuente de, Nancy Troike, 1987, FAMSI, Todos los derechos reservados por FAMSI. lo que demuestra que el arte

es la clave para los diseñadores contemporáneos. De la cultura indígena del período precolombino, el período colonial estaba marcado con evidente influencia religiosa, despertando un gran interés cultural, recuperando la atención sobre la historia y los problemas indígenas. (Emna, 2012)

En México, el camino del diseño se encuentra en la llamada cultura superior centroamericana. Aquí, algunos expertos utilizan ideogramas, símbolos y representaciones gráficas para la comunicación, que tienen un fuerte poder expresivo. Su objetivo final era transmitir toda la información relacionada con la comunidad a través de diversos medios, y al mismo tiempo transmitir los hechos

más importantes de su cultura, la relación con el universo y el sustento de los mitos y la evolución histórica. De esta manera, los mayas, mixtecos y aztecos trasladaron sus conocimientos al futuro mediante el uso de diferentes medios de impresión para convertirlos en contenedores, estructuras de construcción o documentos llamados transcripciones.

No fue hasta finales del siglo XVIII que la tecnología de la litografía llegó a México, lo que proporcionó a los artistas un medio más económico, facilitando así la comunicación con el público. Este proceso de impresión litográfica nació y se desarrolló en conexión con el periodismo, se transformó a través de sus ilustraciones y fue el origen del periodismo gráfico, que sigue siendo una expresión moderna. El primer periódico ilustrado con litografías fue "El Iris" (1826) de Claudio Linati, seguido de Ignacio

Camprido en 1845 (Escrito por El Gallo en el taller de Ignacio Cumplido. El diario político "La Orquesta" fue probablemente el más importante de la época, con más de 1.000 litografías e ilustraciones publicadas entre 1861 y 1877. (Salinas, 2019)

En el último período gobierno de Porfirio Díaz, (1876-1910), la imagen política de José Guadalupe Posada fue llamativa, desde hojas dispersas o "folletos" hasta noticias sensacionalistas, así como esculturas descriptivas y escandalosas, incluso en la edición y producción de periódicos independientes y la oposición al gobierno. La prensa de élite era un espejo en el que ciertos mexicanos mostraban sus mejores caras; prosperidad, aclamada en Europa, elegancia y cautela, al mismo tiempo Los medios de comunicación también proporcionaron otro espejo, un espejo de dolor, calles y barrios oscuros.

Ilustración 10  
El presupuesto



Litografía a lápiz. Fuente  
Adaptado en  
El Ahuizote, José María  
Villasana, 1874, InfoDesing.  
Colección OSF

La clase alta participó en teatros, óperas y zarzuelas. Viajaron al extranjero. Las clases bajas participaron en carpas, celebraciones de circo y eventos de lujo dramáticos que fueron objeto de cientos de carteles.

En términos de desarrollo de publicidad propia y publicidad original, el *Buen Tono* la cigarrera de Ernesto Pugibet era una de las industrias más importantes. La industria utilizó noticias y calendarios en las primeras décadas del siglo XX. La misma caja que el calendario, sellos, juegos, y expuesto se realizó con litografías en

Ilustración 11 Ilustración El Buen Tono



el taller propiedad de la empresa a tal efecto. La publicidad de *El Buen Tono* Juego de la oca que regalaba *El Buen Tono* de Julieta Ortiz Gaitán, 2003, UNAM. Obra de dominio público.

es fundamental porque los puros no eran producto imprescindible. El diseño durante la revolución no produjo gráficos muy importantes. La guerra civil no solo restringe la producción de material impreso, sino que también restringe todas las actividades económicas, excepto algunas publicaciones importantes. Los humorísticos medios políticos siguieron distribuyendo a los lectores de masas con sus habituales caricaturas sangrientas, cumplidos y guiños. Destacaba el proceso de impresión y el ingenioso desarrollo (principalmente de la imagen de la portada)

de publicaciones como *La Chispa*, *El Vanguardia*, *La Chispa* y *Tricolor Resumen*, *El Ahuizote*, *El Tricolor*, *Multicolor* y *La Vanguardia*.

El pintor, dibujante y fotógrafo Josep Renau llegó a México en 1939. Antes y durante la Guerra Civil, su actividad



profesional fue muy Fuente Adaptado de Claudia Arellano Vázquez, Siglo XIX, UAEM.

intensa, lo que le permitió compaginar sus habilidades de diseño con el diseño de carteles,

periódicos y revistas, y montar una empresa de diseño en el Partido Comunista y el gobierno de la República Española bajo el nombre "*Estudio imagen, Publicidad plástica*".

A partir de ahí se convirtió en una de las colecciones más importantes de carteles publicitarios del cine mexicano de las décadas de 1940 y 1950. La tecnología del montaje fue una de sus mayores aficiones. Donde realizó una gran cantidad de carteles y recopilaciones colaborativas en las revistas, medios de comunicación e incluso discos de vinilo, donde plasmó con precisión la cultura y tradiciones mexicanas, la modernidad internacional. Quizás es la crítica política de la ideología de izquierda a la que nunca se rindió.

La primera institución que abrió la carrera de Diseño Gráfico, fue la Universidad Iberoamericana, fundada por la orden de los jesuitas en 1968, aprovechando el trabajo fructífero que se venía desarrollando en el medio de la cultura y la gran difusión de la

gráfica de los Juegos Olímpicos realizados en

la ciudad de México en 1968. Renau Mexicano de Cinematografía, 1947, Colección Instituto

El diseño del logotipo olímpico sentó las bases para un mayor desarrollo del proceso de diseño. Los cinco anillos del símbolo olímpico se superponen y se fusionan con el número 68 y luego con la palabra México. El patrón de rayas repetido observado en el arte tradicional mexicano se usa para formar letras. Con el desarrollo del logotipo, Wyman extendió a fuentes de visualización que actualmente se pueden usar para una variedad de gráficos, desde boletos hasta

Ilustración 13 Soledad. portadas de



Fuente Adaptado Soledad. Cartel para película, de Josep

vallas publicitarias, desde parches uniformes hasta globos gigantes codificados por colores que cuelgan en la playa. El sistema añadió pictogramas para actividades deportivas y culturales, el formato del departamento de publicación, logotipos del sitio, señales direccionales implementadas por el departamento de diseño urbano en toda la ciudad, carteles informativos, mapas, sellos, títulos de películas y comerciales de televisión.

En los años setenta, la fundación del Centro de Diseño en el IMCE, Instituto Mexicano de Comercio Exterior impulsó la fundación de nuevas escuelas y la contratación de profesionales, frente a una oferta creciente de empresas locales y transnacionales que se instalaron en México en la búsqueda de nuevos mercados.

Naturalmente, el diseño gráfico se volvió ampliamente utilizado en la publicidad y otras industrias, marcando el diseño y la innovación en todo, desde carteles hasta camisetas, portadas de discos y más. A medida que la tecnología informática se inventó y se lanzó a fines del siglo XX, los diseñadores comenzaron a utilizar herramientas digitales, como Photoshop (definición, superíndice), que se lanzó por primera vez en 1990, para crear sus imágenes. Estas herramientas digitales revolucionaron el campo. (Ellis, 2019)

A más de 50 años de haberse celebrado los Juegos Olímpicos en México y de haber sido identificados por el trabajo de iconografía llevado a cabo, lo cual traería consigo la proyección universal de la herencia de la cultura gráfica mexicana y la construcción de la carrera de Diseño Gráfico. No obstante, hasta la fecha y pese a la evolución de las industrias creativas, aún se enfrenta al desafío de profesionalizar la disciplina en funcionalidad de comparar su costo con estándares de todo el mundo.

Las culturas europea y precolombina fueron base importante para el movimiento de diseño mexicano. A medida que México y su gente responden al rápido desarrollo económico y social de hoy, las interpretaciones modernas de las tradiciones antiguas ayudaron a

preservar el patrimonio cultural de México. El entorno empresarial, político y económico en expansión de México ofrecieron incentivos y desafíos para los diseñadores gráficos mexicanos contemporáneos. Muchos diseñadores mexicanos han expresado con éxito sus temas y temas culturales con su colorida energía y espíritu latino. (Philip Meggs, 2006)

A pesar de que México fue posicionado como una alusión mundial, en eventos como *Design Week* o por su desarrollo de zonas como el diseño web y multimedia, el diseño de programa y de videojuegos; La gran escalada tecnológica posiciona al diseñador gráfico como un comunicador de mensajes visuales, quien en un futuro inmediato tendrá que contestar a la resolución de inconvenientes complicados como: el desarrollo de productos, el razonamiento de ingeniería y computación pertenecientes de la disciplina, la aplicación de modelos de participación para la administración de procesos y de conjuntos de trabajo, la administración de proyectos, la identificación de oportunidades en el trabajo multidisciplinario como es la ingeniería de programa en la vivencia de cliente estableciendo una más grande relación con diversas civilizaciones y agrandar los entendimientos de las leyes que regulan la profesión. Además, aprovechar la tecnología para poder hacer más grande eficiencia en los procesos de producción, procesos manuales y la utilización de herramientas tecnológicas, como potenciadoras de la etapa innovadora. La integración del diseñador en el trabajo multidisciplinario como lo es la Ingeniería de Programación y Diseño Web, llevará a romper parámetros de la comunicación en los ámbitos virtuales. Sin embargo, la divulgación de la ciencia en funcionalidad desde el uso de infografías, es realmente imprescindible en un entorno de deterioro social y ambiental. El trabajo del diseñador gráfico puede trascender inclusive en la divulgación que realiza por idea propia y sin un objetivo económico, de forma colectiva o personal. En suma, esta coincidencia mundial abre novedosas modalidades de colaboración a los profesionistas de una disciplina en la que se hace frente el gran desafío de no perder la esencia de comunicar.

## 1.2 Elementos Gráficos

*“Estoy convencido de que la forma abstracta, el color, la textura de las imágenes y el material pueden tener significados iguales o mayores que las palabras”*

*Katherine McCoy*

En el proceso creativo de un diseñador a la hora de crear un diseño Gillam afirma que: Crear significa hacer algo nuevo a causa de alguna necesidad humana: personal o de origen social. (Gillam, 1970)

Los elementos gráficos son una parte fundamental del diseño y de la composición visual en todas sus modalidades, introduciendo en las composiciones los significados y las expresiones culturales que complementa en gran medida el mensaje que se desea transmitir, y que a veces es tan importante en el diseño como los contenidos textuales del mismo, prestar atención a los elementos que lo componen es la combinación de todos ellos.

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. (Wong, 2005)

En cuanto a los elementos del diseño, Kandinsky mencionó: “el análisis de los elementos artísticos es un puente hacia la pulsación interior de la obra de arte” (1996, p.16)

Por otro lado, según Dondis (1995) estos elementos son: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento. Por el lado de Wong (2005) reconoce cuatro grupos dentro de los mismos: los conceptuales, los visuales, los de relación y los prácticos. En referencia a los elementos

conceptuales son aquellos que no son visibles, que parecen estar presentes pero que no existen, para ejemplificar los más comunes son el punto, las líneas, el plano y el volumen.

Wong (2005) alude que cuando dibujamos un objeto en un papel, empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene no sólo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por los materiales que usamos y por la forma en que los usamos. Al momento que los elementos conceptuales se plasman, es en ese momento que destaca como lo más prominente del diseño, lo que realmente visualizamos; Se trata de la forma, la medida, el color y la textura.

La línea es un camino identificable creado por puntos que se mueven en el espacio. Sin embargo, existe un potencial casi ilimitado cuando se utilizan los elementos de diseño de la línea de producción. Por lo general, guían la vista del espectador a través de compuestos y pueden transmitir información a través de sus cualidades únicas. La línea está siempre a simple vista; en texto, en muebles, en impresiones, en las carreteras etc. experimentar con diferentes calidades de línea puede dar resultados muy diferentes, estas sutiles cualidades pueden tener un gran impacto en la forma en que se percibe su diseño.

Esta línea de producción es el recurso más obvio para organizar circuitos de movimiento cerrado. Hemos señalado dos tipos de elementos lineales: los representados por las aristas e intersecciones de un plano, y los representados directamente por materiales. Podemos añadirle líneas decorativas. En cierto sentido, estas líneas finales son bidimensionales, incluso si tienen una proyección. Su función principal es decorar la superficie de formas plásticas. Sin embargo, forman parte de la composición general. (Gillam, 1970)

Las líneas transmiten una sensación delicada. Tan delgada que es relativa. La relación entre la longitud y el ancho de una forma puede convertirla en una línea, pero no existe un estándar absoluto para esto. En una línea, se deben considerar tres aspectos separados:

La forma total que se refiere a su apariencia general, que se puede describir como recta, curva, quebrada, irregular o trazada a mano.

El cuerpo, una línea tiene un ancho y su cuerpo principal está contenido entre ambos bordes. La forma de estos bordes y la relación entre ellos determina la forma del cuerpo. Suelen ser lisos y paralelos, pero a veces pueden hacer que el cuerpo principal de la línea parezca afilado, nudoso, vacilante o irregular.

Extremidades, Si el hilo es muy fino, es posible que esto no importe. Sin embargo, si la línea es ancha, la forma de su extremo se volverá prominente. Pueden ser cuadradas, redondas, puntiagudas o de cualquier otra forma simple. (Wong, 2005)

El ancho, la longitud y la dirección de estas líneas son todas diferentes. Cuando estos cambios se utilizan estratégicamente, pueden provocar ciertas reacciones psicológicas en el espectador, por ejemplo, una curva tiene la capacidad de

sugerir comodidad y tranquilidad, mientras que una curva irregular puede provocar ansiedad y conmoción.

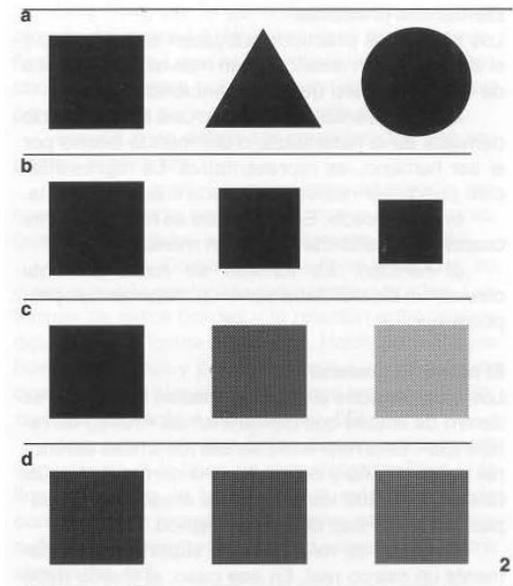
particular entre tres factores: configuración, tamaño, posición.

Por una parte, tenemos la forma y medida. Describiendo la forma como todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción, todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos. (Wong, 2005)

Gillam (1970) define la forma como a la cualidad de cosa individual que surge de los contrastes de las cualidades visuales. Es lo que distingue cada cosa y sus partes perceptibles, consiste en una relación

Ilustración 14 Elementos visuales

Fuente Adaptado de Fundamentos del diseño, Wucius Wong 2005, Fundamentos del diseño, Pág. 43.



a  
“Es vital para un diseñador aprender a ver cada elemento como una forma y como un significante de significado, ya que son esas formas las que se manejan en un diseño y son esas formas las que son percibidas por el espectador.” (White, 2011)

Por otro lado, Timothy (2007) nos define que la forma son líneas, texturas, palabras e imágenes. La forma que se elige o se hace, para cualquier propósito, debe considerarse con el mayor cuidado posible, porque toda forma, sin importar cuán abstracta o aparentemente simple sea, tiene significado. Nuestro cerebro usa las formas de las cosas para identificarlas; la forma es un mensaje. La forma se refiere a un objeto o masa de un objeto fuera de la superficie exterior o contorno con una forma o figura específica. Puedes usar colores, líneas, valores o texturas para lograr esta división del espacio. Hay muchas formas a nuestro alrededor: casas, oficinas, automóviles, árboles, flores, gatos, perros; es posible que no pensemos demasiado. Pero para los diseñadores, la forma es la base del diseño gráfico. La forma se puede describir de tres maneras: mecánicas, orgánicas y abstracta, las formas mecánicas se refieren a formas con bordes duros, generalmente formas geométricas, para proporcionar una sensación de estabilidad y orden en el diseño.

Las formas orgánicas son irregulares, generalmente con curvas o ángulos inesperados, creando un diseño más natural y expresivo.

Las formas abstractas son cosas como letras, iconos o símbolos que pueden ayudar a transmitir información.

Ilustración 15 Formas Básicas



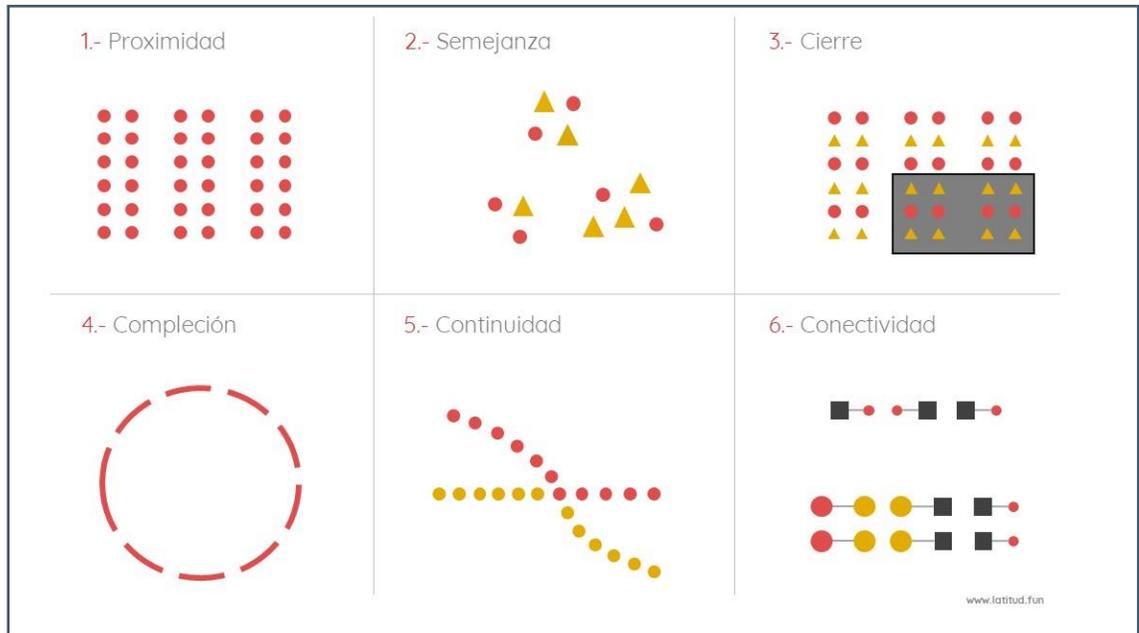
Las formas pueden estar delimitadas por líneas, color y también por el espacio negativo, de Alfonso Serrano, 2019, Silo Creativo. © Todos los derechos reservados por Silo Creativo

Las formas existen en el ámbito de la figura y el fondo. Intentar superponer y agrupar formas crea concentraciones visualmente interesantes. Para simplificar un diseño, se debe reducir el número total de formas uniendo dos o tres a la vez haciendo que la unidad entre las partes se logre manipulando la proximidad, la similitud, la repetición y el tema con variaciones.

Proximidad: la forma más sencilla de lograr la unidad. Con elementos visualmente cerca se consideran relacionados. Cuanto mayor es la distancia entre ellos, más diferentes parecen ser.

Similitud: elementos de tamaño similar. El color, la forma, la posición o la textura se consideran iguales. Lo opuesto a la similitud es el contraste deliberado: tipo o imagen. Cuanto más grande, más importante. La alineación es un aspecto particularmente importante de la similitud, porque los elementos que están alineados entre sí parecen estar relacionados.

Ilustración 16 Teoría Gestalt: Principios de la percepción visual



Nota: Se fundamenta en la iniciativa de que el cerebro humano intentará simplificar y ordenar imágenes complicadas o diseños que consisten en varios elementos visuales Fuente, de Ana Gonzalvo, 2018, Latitud Fun. © Todos los derechos reservados por latitud Fun.

**Repetición:** cualquier idea repetitiva puede aportar unidad. La idea de repetición puede ser la posición, el tamaño, el color o el uso de reglas, colores de fondo y gráficos, la repetición produce ritmo.

Los temas con variaciones con relación de una simple repetición sin cambios se volverán aburrida debido a su uniformidad. Cambiar el tema básico puede mantener la conexión mientras mantiene el interés. (White, 2002)

Es en este punto que hablamos del color, siendo el tercer elemento del diseño, al igual que la línea, el color se puede utilizar para establecer el estado de ánimo o el tono de un diseño.

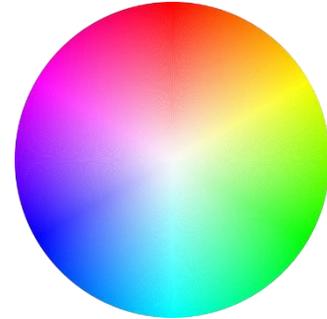
Scott define la luz que reflejan los objetos de nuestro campo visual, llega a la retina con una trama de diferentes cualidades y cantidades. Dicha trama inicia la respuesta nerviosa correspondiente, que el cerebro registra como esquema de energía. Todo ello constituye la base de nuestra percepción. Posee forma

porque el contraste crea una estructura en el esquema. Las partes de baja energía o contraste débil se funden y constituyen lo que los psicólogos llaman

“jondo”. (1970)

Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color, hoy en día el color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no solo los del espectro solar sino asimismo los neutros (blanco, negro, los grises intermedios) y asimismo sus variaciones tonales y cromáticas. (Wong, 2005) El uso del color es tanto arte como ciencia, pero suele ser de sentido común. Al igual que la buena escritura y el buen diseño, el buen color es una materia prima utilizada estratégicamente para un propósito claro. El contraste de color tiene el mismo potencial para los niveles de comunicación que la fuente, el tamaño y peso de la letra o el contraste de ubicación.

Ilustración 17 Círculo de color RGB



Fuente Adaptado de Color circle (RGB), de Crossover1370, 2020, Wikimedia Commons. CC BY-SA 4.0

En nuestro ojo, la armonía corresponde al equilibrio del estado psicofísico, en este estado la alineación y asimilación de la materia visual son igualmente importantes, por ejemplo, el gris neutro producirá este estado. Podemos obtener un gris neutro mezclando blanco y negro, o mezclando dos colores complementarios y blanco, o mezclando varios colores incluyendo tres colores básicos (amarillo, rojo y azul) según la proporción requerida. De hecho, los pares de colores complementarios incluyen tres colores básicos: amarillo, rojo y azul pueden considerarse como todos los colores que pueden existir. Para estar satisfechos, los ojos exigen este tono; estamos ante un equilibrio armonioso.

Hay pocos estímulos visuales tan poderosos como el color que a su vez es una comunicación profundamente útil, además del significado que se transmite por el

color y sus componentes necesitan una explicación más detallada que se dará en el capítulo dos.

La palabra texto proviene del latín *textūra* (RAE, 2021) , que se refiere a la textura de la tela tejida. Hay dos explicaciones para esta etimología: cuando los hilos se tejen en una tela, el texto combina pensamientos y palabras en un solo mensaje, el área de texto tiene un patrón visual que sugiere tela. Respecto a este último, así como la textura de la tela varía con el peso y material del hilo utilizado, este tipo de textura depende del peso, el ángulo de tensión y la densidad de las letras. Aunque existe una gran superposición en el procesamiento del texto y los tipos de visualización, su propósito es atraer la atención, transmitir significado e inspirar la próxima impresión del lector.

Wucius explica que la textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista. (Wong, 2005)

Las texturas están en todas partes y hay innumerables formas para describirlas. El significado de las cosas ásperas, suaves, difusas y otras que aprendemos a identificar con el paso del tiempo, utilizando otros elementos artísticos (como colores, líneas y formas) como herramientas para atraer la atención del espectador y crear equilibrio en la composición, creando la ilusión de textura. La textura es táctil, es tridimensional y debe sentirse. El patrón es un motivo repetido. Una foto de una textura ya no es tridimensional, por lo que no es una verdadera textura.

Capturar la textura tridimensional en dos dimensiones la hace plana y aumenta la posibilidad de que se perciba como un patrón. El aumento del contraste a menudo ayudará a describir la dimensionalidad original. (White, 2011)

Hay muchas formas de clasificar texturas, pero los dos métodos principales son reales y visuales. La textura real o física se refiere a los atributos tácticos reales del diseño, en lo que respecta al diseño, este tipo de



textura

ayuda a evitar la sensación general o la atmósfera del

diseño. La textura visual es la ilusión de textura creada por otros elementos de diseño. Se pueden ver ejemplos de esto en fotografías, pinturas y dibujos. Los diseñadores suelen utilizar software de diseño gráfico para crear la ilusión de textura visual.

Respondemos no solo a la cantidad y tipo de luz reflejada por las superficies, sino también a la forma en que reflejan la luz. A esto lo llamamos textura visual. Esto está estrechamente relacionado con la calidad táctil de la superficie. Algunas de las palabras que usamos para descubrir texturas visuales únicas provienen de nuestra experiencia táctil: rugosa, suave, dura y suave. Otras son principalmente visuales: apagadas, brillantes, opacas, transparentes, metálicas, iridiscentes. Por ejemplo, considere una pieza de brocado y observe cómo el contraste de la textura visual nos ayuda a percibir la forma.

El patrón depende completamente de cómo se teje la fibra. La superficie satinada es brillante, formando un fuerte contraste con las telas ordinarias, mientras que las telas ordinarias aparecen opacas y sin brillo, a través de este contraste podemos ver los dibujos. (Gillam, 1970)

La unidad en el diseño existe cuando todos los elementos están de acuerdo, los elementos están hechos para que parezca que pertenecen juntos, no como si estuvieran colocados al azar, la unidad requiere que todo el diseño sea más importante que cualquier subgrupo o parte individual. La unidad es, por tanto, el

objetivo de todo diseño. Es el aspecto más importante del diseño, tan importante que su logro excusa cualquier transgresión del diseño.

Los fundamentos del diseño tienen que ver con el panorama general, en otras palabras, aprender a apreciar los muchos pequeños detalles que componen cada composición.

### **1.3 Tipografía**

La tipografía presenta una historia, que representa la aparición de nuevos estilos. Relacionado con el tiempo y las necesidades de la sociedad actual. En los últimos siglos, la tipografía se ha desarrollado rápidamente debido a los cambios tecnológicos. La mayoría de nosotros tenemos varias fuentes instaladas en la computadora. Sabemos cómo obtener la actualización y usarla con un programa de edición gráfica.

Estos aspectos deben tenerse en cuenta al diseñar, porque la tipografía es un elemento de comunicación, como cualquier otra cosa, sus necesidades de legibilidad. También está en juego la sintonía entre forma y contenido. Los trazos producidos por la escritura dependen en gran medida de las herramientas y el soporte utilizado, pero la anatomía impresa, la estructura interna de las letras está claramente definida en todas las culturas.

En palabras de Stanley Morison, (1998) asesor tipográfico de la Monotype Corporation, del Times y de Cambridge University Press; explica que la tipografía es “el arte de disponer correctamente el material de imprimir con el propósito de prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto” Por su parte, el diseñador y tipógrafo Otl Aicher (2004) explica que

“la tipografía trata de encontrar el tamaño y la cantidad correcta de caracteres para gustar a un ojo exigente y satisfacerlo. [...] No es más que el arte de descubrir las preferencias visuales del lector y ofrecerle la información de forma tan tentadora que no pueda evitar su lectura”.

Una definición de tipografía más actualizada es la que hace Daniel RodríguezValero (2016) “Tipografía es escritura con letras prefabricadas que han

sido almacenadas y dispuestas física o informáticamente” Con esto pretende diferenciar la tipografía (escritura en diferido) de la caligrafía y la rotulación (escritura en directo o quirografía).

En 1455, Gutenberg causó la primera impresión con una imprenta móvil. Entre los siglos XV y XVI, los impresores venecianos actualizaron sus técnicas de impresión para hacerlas más legibles y entendibles. En el siglo XVII, tipógrafos como Baskerville, Didot o Bodoni introdujeron cambios y matices.

Ilustración 19 Clasificación histórica de la tipografía

Año	Nombre	Definición básica	Ejemplos
1400	Blackletter, Block, Gothic, Old English, Black, Broken	Edad Media. La Biblia de Gutenberg	<b>Abefgor</b>
1475	Old Style	Renacimiento, fuentes romanas	Abefgor
1500s	Italic	Letra romana manuscrita del Renacimiento	<i>Abefgor</i>
1550	Script	Formas caligráficas de los bajorrelieves	<i>Abefgor</i>
1650	Transitional (de transición)	Periodo de cambio entre Old Style y los nuevos tipos modernos	Abefgor
1775	Modern	Gran contraste	Abefgor
1825	Slab Serif, egipcias, en bloque	Gruesa y cuadrada	<b>Abefgor</b>
1900	Sans serif, palo seco, grotescas, lineales	Sin remates	Abefgor
1990	Serif y sans serif	¡Todo en uno!	Abefgor

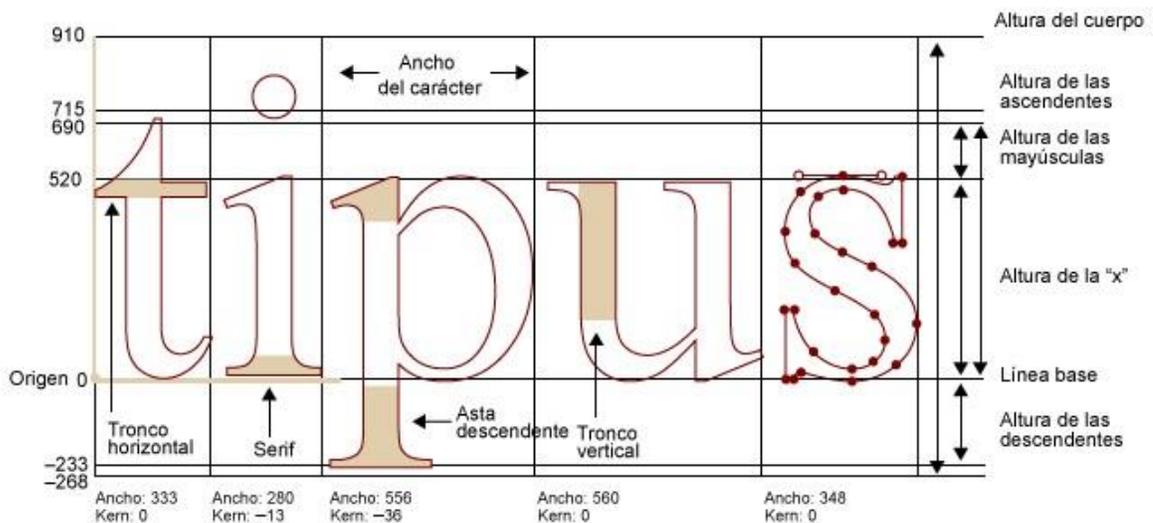
Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

A principios del siglo XVIII, comenzaron a aparecer las letras sans-serif utilizadas para el tipo de letra, seguidas de las llamadas letras egipcias, que eran letras gruesas con adornos. A principios del siglo XX, gracias a la aplicación de la continuidad geométrica, se perfeccionó la restauración de las letras de palo seco. Por otro lado, se diseñaron nuevas fuentes "romanas" con serifas (como "Time") para desarrollar y actualizar las obras de los impresores humanistas del

renacimiento. A mediados de este siglo apareció Helvética, que es una de las fuentes sans serif más utilizadas.

En 1925, Paul Renner (1878-1956) consiguió obtener un alfabeto tomando como base las tres figuras básicas: círculo, cuadrado y triángulo. Un profundo conocimiento de las leyes y prácticas tipográficas aplicadas por el creador dio una tipografía armónica y coherente. La claridad en su forma geométrica es lo que más caracteriza la *futura* la tendencia a la coexistencia de diversas tendencias tiende a tornarse clara y legible para todo tipo de uso y aplicación y la apariencia de fuentes diseñadas para baja definición para pantallas de computadoras, iniciando una abundancia de tipografías decorativas, para rotulación y experimentales.

Ilustración 20 Atributos clave que se deben tener presentes en los caracteres y cómo se relacionan entre sí.



Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

Ilustración 21 Diagrama mostrando términos tipográficos



Fuente, de Sandra Ileana Cadena Flores, 2019, Tipografía y sus tendencias latinoamericanas. BY-SA.

El componente más básico de la tipografía es la letra y cada letra del alfabeto se distingue por su forma única o letterform. Esto incluye la definición e ilustración de las partes individuales que componen las formas de las letras, así como los límites por los que se delinear las formas de las letras como lo vemos en la siguiente imagen:

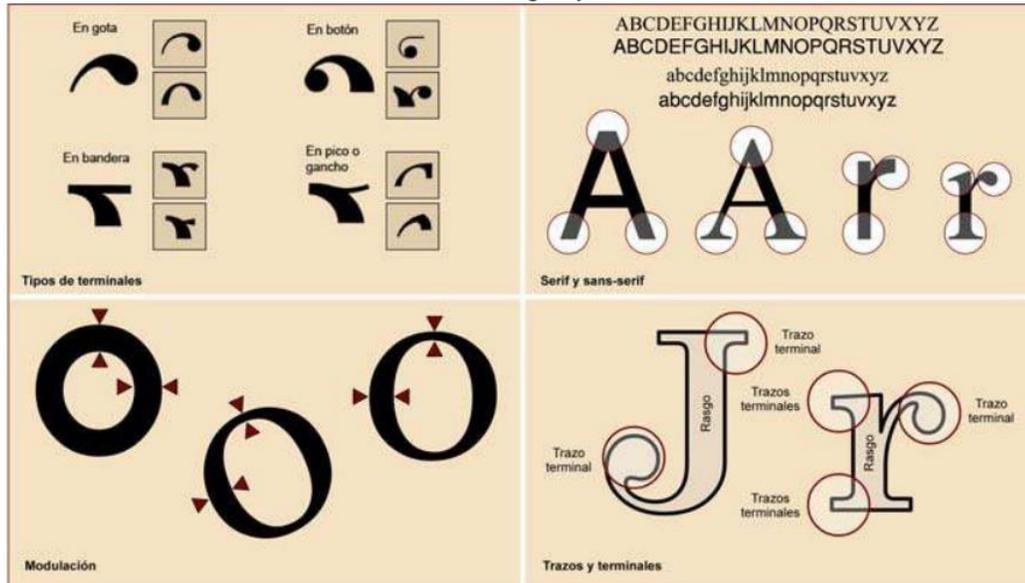
El tamaño de la fuente no depende de la altura de la caja, depende de la altura del cuerpo. El cuerpo es un recuadro de igual altura para todas las letras que en los tipos metálicos correspondía al tamaño de la pieza, el tamaño del cuerpo se mide en puntos. Si usamos dos familias tipográficas, es posible que el mismo tamaño de cuerpo no sea igual a los dos tamaños de apariencia. La diferencia entre la altura x, la altura ascendente y la forma de la letra puede hacer que una fuente parezca más grande que una tipografía del mismo tamaño. En este caso, lo mejor es utilizar nuestra impresión visual como guía.

Las líneas de referencia de una tipografía marcan los límites sobre los que descansan los caracteres. El juego de distancias entre las líneas de referencia determina en buena medida el aspecto final de una familia.

En un análisis del tipo podemos diferenciar entre rasgos y terminales. Los rasgos o trazos principales pueden ser uniformes si mantienen constante su grosor y modulados si varían. En el caso de que exista modulación, ésta sugiere un eje que puede ser vertical o inclinarse en distintos grados dependiendo de la tipografía. En la extremidad de los rasgos se pueden encontrar los trazos

terminales, también llamados serifa, serif, remate o gracia. En función de la familia tipográfica los terminales son de una forma o de otra, Hay familias (las lineales o de palo seco) que sus trazos terminales no incluyen remates y son conocidas como *Sans-serif* o sin serifa.

Ilustración 22 Rasgos y terminales



Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

En los últimos años, la tipografía, la caligrafía y el lettering se han vuelto muy populares entre diseñadores y artistas, pero todavía existe cierta confusión sobre el significado de estos términos.

La caligrafía se refiere al uso de herramientas de escritura para generar letras, a través de las cuales se realiza un trazo suave de cada parte básica de las letras. Por ejemplo, puede ser un lápiz, un pincel, un bolígrafo o un marcador. Es decir, la caligrafía está relacionada con el acto de escribir.

Edward Johnston, (2017) en su clásico *Writing, Illuminating and Lettering* escribió: "La línea, especialmente en los libros manuscritos, es realmente lo más importante de la página ya que una correcta disposición de la caligrafía depende del correcto tratamiento de la línea y lo que procura la distinción y elegancia de las líneas de los viejos manuscritos son:

- La aparente unión de las letras en la línea, propiciada por unos remates gruesos.

- Su correcto funcionamiento conjunto.
- El espaciado suficiente de las líneas.

La escritura más hermosa presenta generalmente una gran ventaja sino está demasiado abigarrada (inconexa) y es más fácil hacer complicada la lectura juntando las líneas unas con otras que por estrechar el espacio entre las palabras.

Por otro lado, cuando hacemos rotulación, estamos más cerca del acto de dibujar letras que del acto de escribir letras. A través del lettering, utilizamos herramientas de dibujo para construir símbolos de letras, el número de trazos utilizados. (2017)

Para conseguir la forma deseada. Por lo general, podemos esbozar, eliminar, corregir, agregar y eliminar la cantidad de veces que queramos hasta lograr el rótulo perfecto, A veces, el trabajo de rotulación tiene una fuerte base de caligrafía y gradualmente mejorada en posteriores trazos y esquemas. Finalmente, hablamos de tipografía cuando está relacionada con las máquinas y la automatización. Asociados desde su inicio a la tipografía comercial, su legibilidad y durabilidad los hacían perfectos para impresiones de etiquetas, embalajes, envolturas y demás propósitos comerciales. Aunque este uso motivó que fueran despreciados por aquellos que se preocupaban por los tipos bellos y la impresión de calidad.

Las partes fijas de las letras son aquellas de las que no podemos prescindir porque definen el carácter, incluyen características susceptibles de análisis, para hacer una identificación más directa de las letras y conocer mejor su funcionamiento, nos centraremos en tres aspectos: eje, modulación del trazo, redonda y cursiva. La larga tradición tipográfica ha ido creando un vocabulario específico para describir el aspecto y las partes de los caracteres tipográficos. Este lenguaje nos permite hablar de tipografía y comparar una fuente con otra. Existe una serie de elementos que se tienen que saber valorar en una fuente tipográfica, entre los que tenemos. (Fuentes, 2004)

<p><b>Vocabulario para describir el carácter tipográfico</b></p>	<p><b>Ejemplo</b></p>
<p><b>Altura de la caja:</b> Es la altura de las letras de caja alta de una fuente, tomada desde la línea de base hasta la parte superior del carácter.</p>	
<p><b>Altura de las ascendentes:</b> Altura máxima de las ascendentes - astas de caja baja que sobresalen por encima de la altura de x</p>	
<p><b>Altura M:</b> Es la altura, tomada desde la línea de base hasta la parte superior del carácter, de la letra "M" en caja alta. En la práctica la altura de "M" suele usarse como referencia para la altura del tipo en una determinada fuente tipográfica. Como las fuentes de caja alta suelen coincidir en altura la altura de "M" suele ser equivalente a la altura de mayúsculas en caja alta.</p>	
<p><b>Altura x:</b> Es la altura de las letras de caja baja excluyendo los ascendentes y los descendentes. Se suele calcular precisamente a partir de la altura de la letra "y" de la caja baja.</p>	
<p><b>Ancho M:</b> la "M" suele ser el carácter más ancho en una fuente tipográfica. Por eso el ancho de la M se toma también como referencia para la métrica horizontal del carácter y como medida que puede servir para organizar de forma coherente la composición.</p>	
<p><b>Anillo:</b> Asta curva cerrada que encierra el blanco interno en letras como la "b" la "p" o la "o".</p>	
<p><b>Ascendente:</b> Asta de la letra de caja baja que sobresale por encima de la altura x, como en la "b", la "g" o la "k". La altura de las ascendentes puede ser igual o superior a la altura de "M" dependiendo del diseño de cada fuente tipográfica.</p>	

**Asta:** Rasgo o trazo principal de la letra que define su forma esencial.

**T V b p**

**Asta ondulada:** El rasgo principal de la "S" o la "s".

**S**

También llamada espina

**Astas montantes:** Son las astas principales verticales u **K V** oblicuas de

una letra como la L. B V o A

**Barra:** El rasgo horizontal en las letras como la "A" y la

"H" Referida a veces con el término más genérico de Asta transversal o Travesaño

**A H**

**Blanco interno, contraforma o contrapunzón:**

**a d P C**

Espacio en blanco contenido dentro de un "anillo" u "ojal"

**Brazo:** Parte terminal que se proyecta horizontalmente o hacia arriba, como ocurre en la "E" la "K" o la "L"

**F T Y**

**Cartela:** Trazo curvo o poligonal de conjunción entre la **T I** asta y el remate

también llamado apófige

**Cola o pata:** Asta oblicua colgante de algunas letras,

**L K R**

como la "R" o la

"K que se apoya en la línea de base

**Cuello** Enlace de conexión entre el anillo y el ojal de la

letra g

**g**

**Descendente:** Asta de la letra de caja baja que queda por debajo de la línea de base como en la "p" o en "a"

**p q y**

**Espina:** Asta curvada que se traza de izquierda a **S** derecha y de arriba abajo

en la "S" y la "s"

**Filete:** Barra o trazo horizontal muy fino en el interior de **A H** letras como

la "A" y la "H"

**Gancho:** Parte inferior de la cola de la g y la \*j"

**Q j**

Hombro o arco: **Trazo curvado en la "h" o la "n" que h n** conduce la asta

hacia una pierna

Fuente Reproducido por Estefani Estrada, 2021, Word, diseño propio

La tipografía es comunicar, celebrar, educar, elaborar, iluminar y difundir. En el camino, nos encontramos con las palabras y las páginas se convierten en un conjunto. Dando como resultado libros, revistas, catálogos, periódicos, formularios y una gran cantidad de materiales de comunicación. La tipografía como disciplina tiene diferentes tareas:

- Crea las formas de grafemas o caracteres. (letras, números, diacríticos, signos de puntuación, etc.)
- Organizar estos caracteres en palabras, oraciones, párrafos, textos, (estas palabras, oraciones, párrafos y textos deben tener funciones específicas)
- Combinar texto con otros medios. (imágenes, animaciones, películas, productos)

Cabe mencionar que no existe una metodología única ni un estándar establecido para las aplicaciones de la tipografía, pero es importante comprender sus características formales y determinar sus principales elementos para que se puedan utilizar mejores estándares tanto en la composición de edición como en la pantalla. Incluso nos atrevemos a crear nuestras propias fuentes. (2014)

Una familia tipográfica es un grupo de tipografías unidas por características similares. Los miembros de una familia (los tipos) se parecen entre sí, pero también tienen rasgos propios. Las tipografías de cada familia tienen distintos grosores y anchos. Algunas familias las forman muchos miembros, otras sólo de unos pocos. La palabra fuente se utiliza actualmente para describir todos los elementos anteriores más las cursivas, finas y negras de la misma familia de tipos. Una tipografía está compuesta por los conjuntos de caracteres representados por todos los tamaños y grosores de una determinada clase de letra (Álvarez, 2017) García Santibáñez (1995) describe las familias tipográficas como:

Cada uno de los conjuntos de fuentes que presentan características diferentes a nivel general, tanto en su estructura como en sus rasgos esenciales de su forma, así como por sus diferenciaciones configurativas, atributos expresivos y composiciones particulares que distinguen a cada una de ellas individualmente, siendo por tanto muy diferentes en su esencia formal *serif*, *gótica*, manuscritas, etcétera, aunque guardando una similitud natural entre cada uno de los miembros que forman una agrupación familiar.

Asimismo, es importante destacar la concepción de Ambrose y Harris (2005) sobre esta materia: Una familia de tipos incorpora todas las variaciones de un particular

tipo de letra, incluida la gama de distintos pesos, anchuras y cursivas. Es una herramienta de diseño muy útil porque proporciona al diseñador distintas opciones que funcionan indistintamente con coherencia.

Al tomar en cuenta las anteriores definiciones resulta evidente que el concepto general sobre las familias está claramente asimilado dentro del medio tipográfico; por otra parte, estas clasificaciones se han expandido a lo largo de la historia de la tipografía. Debido a esto: Existen multitud de familias tipográficas. Algunas de ellas tienen más de 500 años, otras surgieron en la gran explosión creativa de los siglos XIX y XX, otras son el resultado de la aplicación de la computadora a la imprenta y el diseño gráfico digital, y otras han sido creadas explícitamente para su presentación en la pantalla de los monitores, impulsadas en gran parte por la web. Unas y otras conviven y son usadas sin establecer diferencias de tiempo, por lo que es necesario establecer una clasificación que nos permita agrupar aquellas fuentes que tienen características similares. (Moreno, 2008)

Es importante no solo comprender la terminología exacta y todas las clasificaciones de tipografía, sino también saber cómo identificar las razones de la existencia de diferentes estilos de tipografía. Saber de dónde vienen y a dónde nos llevarán.

El estándar de clasificación de Maximilien Vox fue adoptado y completado por *AtypI* (Asociación Internacional de Tecnología de Impresión) en 1962. El estándar lo tradujo al inglés y al alemán, buscando términos que puedan identificarse en los idiomas latino e inglés-alemán. Se han fusionado otras dos categorías y pueden

## 24 ejemplos de Clasificación de Tipografías



Fuente de Tipos con carácter, 2019, Andhell · Marketing Digital. CC BY 2.0 contener hasta 11 categorías: Fractura (para fuentes inspiradas en la creación medieval o gótica) y No latinas. (incluidos los "paquetes mixtos" de fuentes de caracteres no latinos)

Block: también llamada *blackletter*, *gótica*, *old english*, *black o broken*. Esta tipografía recogería el conjunto de familia inspirada en la escritura nórdica, pero se materializó en diversas formas: textura, semi gótica redonda, gótica redonda (dibujada por Juan de Iciar), gótica cursiva, Fraktur (escritura nacional alemana). Fue la primera escritura que sería fundida en tipos móviles por Gutenberg, aunque ya había sido utilizada en los libros xilógrafos. (Vázquez & Vega, 2013)

En la actualidad la vemos como una tipografía difícil, incómoda y comúnmente inadecuada para los monumentales bloques de escrito, no obstante, debemos saber que antaño ha sido la tipografía elemental con la que se escribían todos los textos; podría ser la fuente por defecto del Microsoft Word del siglo XIV la cual se separan en 2 conjuntos primordiales:

Lineales sin modulación: formadas por tipos de un grosor de trazo uniforme, sin contraste ni modulación, siendo su esencia geométrica. Aceptan familias larguísimas, con varias versiones, aun cuando su legibilidad frecuente ser mala en escrito corrido. Ejemplos de esta clase podrían ser Futura, Avant Garde, Eras, Helvética, Kabel y Univers.

Grotescas: caracterizadas ya que el grosor del trazo y el contraste son poco perceptibles y por ser bastante legibles en escrito corrido. La primordial fuente de esta clase es Gill Sans. (2019)

Romana: además llamada Serif. Esta categoría deriva de las inscripciones del Imperio Romano. Una letra con serifas cómoda y detallada, es quizá el tipo más usado en la impresión de libros de escritura y literatura. Una letra a la que todos nos es familiar, con un toque tradicional que subraya el peso de la tradición.

- Las Romanas se dividen cinco grupos fundamentales:
- Antiguas: también llamadas Garaldas (por Garamond), aparecen a fines del siglo XVI en Francia, a partir de los grabados de Grifo para Aldo Manuzio. Se caracterizan por la desigualdad de espesor en la asta dentro de una misma letra, por la modulación de la misma y por la forma triangular y cóncava del remate, con discretas puntas cuadradas. Su contraste es sutil, su modulación pronunciada, cercana a la caligrafía, y su trazo presenta un mediano contraste entre finos y gruesos. Entre ellas destacan las fuentes Garamond, Caslon, Century Old style, Goudy, Times New Roman y Palatino.
- De Transición: se manifiestan en el siglo XVIII y muestran la transición entre los tipos romanos antiguos y los modernos, con marcada tendencia a modular más las astas y a contrastarlas con los remates, que dejan la forma triangular para adoptar la cóncava o la horizontal, presentando una gran variación entre trazos. Esta evolución se verificó, principalmente, a finales del siglo XVII y hasta mediados del XVIII, por obra de Grandjean, Fournier y Baskerville. Ejemplos de este grupo son las fuentes Baskerville y Caledonia.
- Modernas: aparecen a mediados del siglo XVIII, creadas por Didot, reflejando las mejoras de la imprenta. Su característica principal es el acentuado y abrupto contraste de trazos y remates rectos, lo que origina fuentes elegantes a la vez que frías. Sus caracteres son rígidos y armoniosos, con remates finos y rectos, siempre del mismo grueso, con la asta muy contrastada y con una marcada y

rígida modulación vertical. Resultan Fuentes Romanas imponentes a cuerpos grandes, pero acusan cierta falta de legibilidad al romperse los ojos del carácter, al componerse a cuerpos pequeños y en bloques de texto corrido. Ejemplos destacables podrían ser *Firmin Didot*, *Bodoni*, *Fenice* y *Modern N.º 20*.



- Mecanos: son un grupo aislado que no guarda ninguna semejanza constructiva con el resto de los tipos romanos con remate, tan solo el hecho de poseer asiento en sus

Fuente Adaptado de Luciano

caracteres. No tienen modulación ni contraste.

Entre sus fuentes podemos destacar Lubalin y MorenoDesarrollo, 2008Web., Stymie.

- Incisas: otro grupo aislado dentro de las romanas, al igual que los mecanos, son letras en la tradición romana más antigua, ligeramente contrastadas y de rasgo adelgazado ahusado. No se puede hablar de remates, pero sus pies abocinados sugieren, tal como ocurre con las serif, una línea imaginaria de lectura. Su ojo grande y sus ascendentes y descendentes finos, hacen de él un tipo que, aunque es extremadamente difícil de digitalizar, es muy legible a cualquier cuerpo. A pequeña escala, puede confundir y parecer de palo seco al perderse la gracia de su rasgo. Como ejemplos podemos citar las fuentes *Alinea* y *Baltra*. (Moreno, 2008)

Gótico: También llamado gótico, palo seco o lineal. Esta letra será lo opuesto a Romanos. Utilizado originalmente en carteles, a pesar de aparecer en el siglo XIX, las tipografías de palo seco que se utilizaban básicamente para los titulares de las publicaciones y primeros carteles publicitarios no adquirirán relevancia hasta la década de 1920 debido a su carácter innovador.

La primera fuente tipográfica considerada de palo seco es la llamada *English Egyptian* (1816) de William Caslon IV, bisnieto de William Caslon I. Es importante no confundir el adjetivo que se utiliza en el nombre de la tipografía (*Egyptian*) con el nombre del estilo para tipografías *Slab-serif*.

Las fuentes Palo Seco se caracterizan por minimizar letras y números a su esquema esencial. Las mayúsculas se tornan a las maneras fenicias y griegas y las minúsculas permanecen conformadas a base de líneas rectas y círculos juntos, reflejando la era en la que nacen, la industrialización y el funcionalismo.

Se denominan en dos grupos principales:

Lineales sin modulación: formadas por tipos de un

grosor de trazo uniforme, sin contraste ni modulación, su esencia geométrica. Aceptan familias larguísimas, con varias versiones, aun cuando su legibilidad frecuente ser mala en escrito corrido. Ejemplos de esta clase podrían ser Futura, Avant

Garde, Eras, Helvética, Kabel y Univers.

Grotescas: caracterizadas porque el grosor del trazo y el contraste son poco perceptibles y por ser muy legibles en texto corrido. La principal fuente de este tipo es Gill Sans. (2008)

En la primera década del siglo XX se inició la creación de nuevas tipografías grotescas, ya con fuentes completas (caja alta y caja baja), mayormente utilizados para el cartelismo y la propaganda vigentes de la época. Años más tarde, en la época de los ordenadores, las tipografías sans-serif volvieron a tener mucha importancia, pues eran consideradas las más óptimas para visualizarse en pantalla, ya que los finos detalles de sus terminales pierden calidad y definición debido a la baja resolución de las primeras pantallas. (Caldwell & Zappaterra, 2014)

Ilustración 26



Fuente Adaptado de Luciano Moreno, 2008, Desarrollo Web.

Los creadores de las vanguardias encuentran en las tipografías de palo seco las letras más representativas para mostrar esta libertad compositiva. Fue considerado un alfabeto sin caracteres, funcional y casi institucional, se ha convertido en parte de nuestra cultura y el buque insignia de nuestro tiempo. Gracias a su excelente legibilidad en pantalla.

Frutiger (2002) menciona: “Se han convertido en la tipografía más utilizada en publicidad, pero también en los libros técnicos, los anuarios de todo tipo y la prensa. Es el único estilo que permite variaciones horizontales y verticales en todas las series de caracteres: del fino al grueso, del estrecho al ancho”

Script o comúnmente conocida como Rotulada: posee rasgos muy gruesos y densos empleados principalmente para decorar textos importantes, debido a sus caracteres clásicos que provienen de la escritura manuscrita con pluma plana, de este grupo son los rasgos caligráficos. Una particularidad es la escritura cursiva, reconocible por su forma inclinada y continua de carácter a carácter y trazo libre, recomendable para pequeños escritos o frases muy cortas. (Cadena, 2019)

Las fuentes tipográficas intentan imitar la escritura cursiva. Esta categoría generalmente se divide entre escritura fluida y los caracteres que no fluyen tienen trazos de conexión fluidos entre las formas de las letras, mientras que los que no fluyen no lo hacen.

Si bien es una buena opción para invitaciones u otros diseños formales. No es popular para los diseñadores, ya que no sustituye bien a la escritura a mano, como lo haría la caligrafía

Existen 3 conjuntos primordiales de fuentes rotuladas:

Caligráficas: junta familias generadas con las influencias más distintas (rústica romana, minúscula carolingia, letra inglesa, letras y números unciales y semiunciales), fundamentadas cada una de ellas en la mano que las diseñó. Con la era de la escritura caligráfica se logró cada vez más decorativa. Actualmente se usa en invitaciones a rituales o acontecimientos. Como ejemplos de esta clase

tenemos la posibilidad de citar las fuentes *American Uncial, Comercial Script, Cancellaresca Script, Bible Script Flourishes, Zapf Chancery, Young Baroque.*

Góticas: de composición densa, estructura apretada y verticalidad acentuada, manchan excepcionalmente la página. Además, no existe conexión entre letras, lo cual acentúa más su ilegibilidad. Ejemplos de esta clase son *Fraktur, Old English, Koch Fraktur, Wedding Text, Forte Grotisch.*

Itálicas: acostumbran reproducir escrituras de [Ilustración 27 Fuentes rotuladas mano](#) informales, más o menos libres. Han estado bastante de moda en los años 50 y 60, y en la actualidad se detecta cierto resurgimiento. Ejemplos: *Brush, Kauffman, Balloon, Mistral, Murray Hill, Chalk Line y Freestyle Script.* (Moreno, 2008)



Fuente Luciano  
Moreno, 2008,  
Desarrollo Web.

Graphic: también llamada gráfica o de fantasía. Suele utilizarse para fines muy concretos, absorbiendo los atributos del diseño que los rodea. Por todo esto, rara vez ocupa la posición del bloque de texto.

“A partir de los años 1960. La fotocomposición y los caracteres transferibles dieron elaboración a los grafistas la posibilidad de expresarse libremente, sin más exigencia que la de la legibilidad del texto compuesto. Hoy día la creación de caracteres por computadora ha ampliado esta libertad de expresión. Un gran número de caracteres de fantasía no están concebidos para el texto corriente, sino para componer unas cuantas palabras, por ejemplo: títulos impresos, de televisión, de la web, etcétera” (Frutiger , 2002)

Existen numerosas variaciones, pero podemos distinguir dos grupos principales:

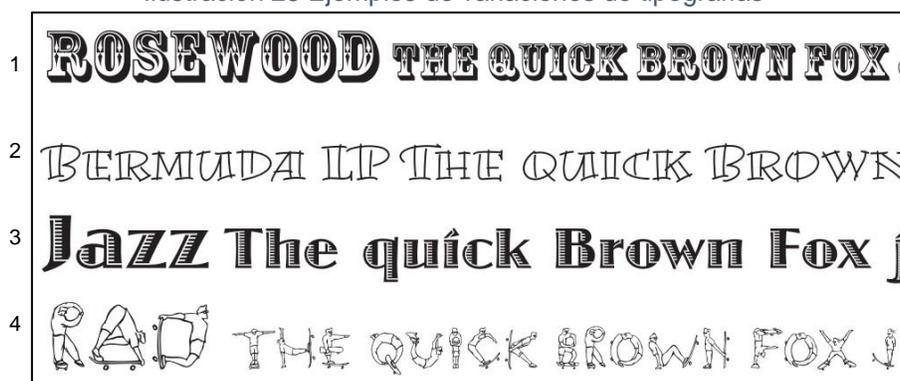
1.- Por construcción: Cuando la tipografía presenta un diseño innovativo, de características propias y únicas.

2.- Por deformación de un tipo estándar: A partir de una tipografía estándar se logran características particulares que la diferencian a partir de deformaciones morfológicas.

3.- Por tratamiento superficial: La superficie de la tipografía presenta un tratamiento de textura, gradación o volumen ilusorio, de manera que adquiere un carácter particular.

4.- Por adjunción o sustitución: cuando una tipografía estándar se le adjunta algún elemento particular o se le sustituye alguna parte por un elemento que le genera identidad propia.

Ilustración 28 Ejemplos de variaciones de tipografías



Fuente Adaptado Display Decorative, de Stefani Estrada, 2010.

En cada familia, las variables de impresión permiten obtener distintas soluciones de color y ritmo. Las variables constituyen letras alternas dentro de la misma familia y mantienen las pautas de diseño que las hacen "relacionadas" entre sí. Así como las variaciones de una fuente se obtienen modificando propiedades como el cuerpo o tamaño: mayúsculas, minúsculas y capitales. En efecto el grosor del trazado: ultrafina, fina, book, redonda, media, seminegra, negra y ultra negra de acuerdo con la inclinación de los ejes: redonda, cursiva e inclinada. En ese mismo orden de ideas se incluye la proporción de los ejes: condensada, comprimida, estrecha, redonda, ancha, ensanchada y expandida, con la relación de la forma del trazado: perfilada, sombreada, etc.

Otras variantes de una fuente incluyen versalitas, números, números antiguos, símbolos de puntuación, monetarios, matemáticos y misceláneos, etc. (Pons & Bullich, 2017)

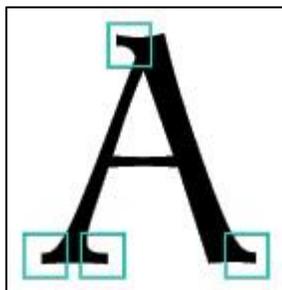
Ilustración 29 Estilos Tipográficos:

<b>Redonda</b> , normal, regular, romana, o book (un poco más fina la rodonilla o light).	<b>Arial redonda</b>
<b>Cursiva</b> , <i>itálica</i> . (No confundir con la <i>oblicua</i> , que se trata de una versión inclinada de la romana de las fuentes sin serifa).	<i>Arial cursiva</i>
<b>Negrita</b> o <i>bold</i> (versiones de semi-bold, extra-bold, super-bold... dependerá del grueso estipulado).	<b>Arial negrita</b>
<b>Estrecha</b> , condensada o compacta (más estrecha que la redonda, versiones de fina, superfina, ultra-condensada...).	Arial estrecha
<b>Ancha</b> o extensa (más ancha que la redonda).	<b>Arial ancha</b>

Nota: Cada fuente tipográfica, con sus rasgos característicos, puede tener diferentes estilos aplicados. Reconocemos los siguientes  
Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

La familia de fuentes se divide en Serif y Sans Serif, que es una clasificación de familias de fuentes más amplia que la *DIN 16518-AtypI*, pero se usa ampliamente en medios digitales.

Ilustración 30  
Fuente Serif



Fuente Luciano  
Moreno, 2008,  
Desarrollo Web.

El origen de las fuentes serif o serifas está en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero era difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el grabador desarrolló una técnica que incluía resaltar las líneas cruzadas. Es el sufijo de casi todas las letras, por lo que el final de la letra tiene un sufijo muy distintivo, conocido como el nombre de serif.

En comparación con los trazos uniformes, el contraste o la diferencia en el grosor de los trazos de las letras

provocará menos confusión a los lectores. El serif optimización el flujo horizontal de la vista durante la línea. Por cierto, hay una preferencia para las fuentes serif, puesto que es fundamental para la estructura de escrito constante.

Ilustración 31 Contraste y Serifas



Fuente Adaptado de Tipografía, Pons, Juan Jose; Bullich, Inés, 2021, Universitat Oberta de Catalunya. BY-NC-ND.

Una tipografía con contraste en los trazos y serifas como *Baskerville* (figura 1 izquierda.) es muchísimo más legible que una con trazos del todo uniformes y sin serifas, como *Futura* (figura 2 derecha.) diseñada por Paul Renner en 1927, pertenece a los tipos de letra más conocidos y usados de las tipografías modernas y se caracteriza por estar basada en maneras geométricas, lo cual provoca que sus letras logren confundirse con más facilidad, por ejemplo, la a con la o. (Pons & Bullich, 2017)

El eje es la línea imaginaria que define el centro geométrico o punto de rotación del personaje. La relación entre trazos gruesos y delgados (llamada tensión o contraste) ayuda a determinar el eje de la letra. El ángulo del eje corresponde al ángulo de la herramienta de escritura que dibuja el autor.

Al efecto generado por el movimiento de la mano, utilizando un pincel o pluma se le define como modulación del trazo ésta se caracteriza por ser rítmica, la constante alternancia entre trazos finos y gruesos, la modulación en el trazo necesita ajustes que eviten la aparición de efectos de desagradables para que sirvan y cree en la ilusión de linealidad y uniformidad.

Redonda y cursiva se obtienen de la inclinación del eje. La segunda tiene el eje inclinado con un tratamiento diferente en los elementos gráficos, intenta imitar los rasgos caligráficos que se caracterizan por una transición fluida entre caracteres, en la actualidad sirve para resaltar frases o palabras. (Fuentes, 2004)

Ilustración 32 Ejemplo de tipografía



<p>Del lado izquierdo y en gris <i>BM Bembo Roman</i>; superpuesta y en outline su <i>Itálica</i>, que es más estrecha, tiene el eje inclinado y el trazo ha sido modificado, tiende hacia lo caligráfico.</p>	<p>Del lado derecho en gris: <i>Futura</i>, outline oblicua. Es evidente que la diferencia entre ambas es muy sutil, sólo cambia la inclinación del eje, por seguir un trazado geométrico.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente Adaptado de Anatomía del tipo, de Daniela Varón, 2015, Slide share. 2021 SlideShare from Scribd

Debido a que la forma de una tipografía tiene un gran impacto sobre la función que este cumple, es importante conocer como la presencia o ausencia de ciertos elementos pueden afectar a una determinada familia de tipos y por ende al texto en el cual es usada. Las variaciones en el ancho de los tipos dan como resultado las letras condensadas y expandidas, su función es solucionar problemas de espacio y peso para utilizarlo. Es recomendable utilizar una familia que contenga un tipo de fuente que no la distorsione, una modificación arbitraria en la anchura de los caracteres afecta severamente la apariencia del tipo y por consecuencia su legibilidad, existen distintas gradaciones, desde la, extra condensada, Condensada, semi-condensada, hasta la extendida, al espacio entre caracteres, al blanco que acompaña al de la tipografía para que cada línea tenga su forma única. Lo denominamos como El tracking, su función es enriquecer o entorpecer el mensaje y a su vez la estética del cuerpo del texto. (Tipos con carácter, 2019)

El origen del interlineado lo encontramos, como la mayoría de cosas de tipografía, en los tipos móviles de plomo, la imprenta de Gutenberg. En este tipo de impresión

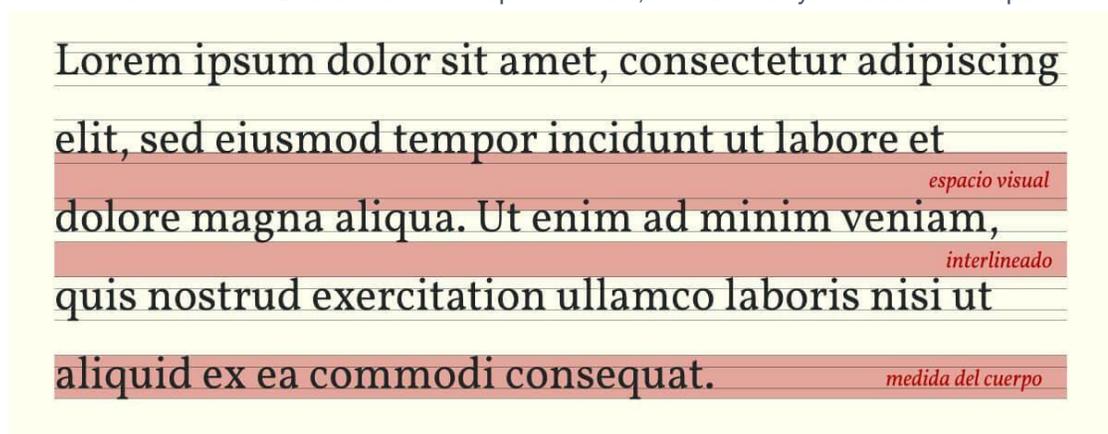
se le llama interlínea a la regleta de plomo que se insertaba entre las líneas de texto para espaciarlas. En aquel momento era impensable el interlineado negativo.

Los valores del interlineado se refieren a la suma del tamaño del cuerpo más el espacio intermedio. En la composición manual se añadía espacio entre líneas insertando tiras de plomo. 14/14 significa que los cuerpos de una línea se tocan con las de abajo. 14/16 que hay 2 puntos entre los cuerpos. 14/13 que los cuerpos de las dos líneas se superponen. (Tipos con carácter, 2019)

Existe una serie de conceptos tipográficos que nos ayudan a definir individualmente los caracteres, saber cómo se forman y cómo se relacionan entre sí, así como sus principales características formales. Dentro del mundo tipográfico, encontramos medidas relativas y medidas absolutas. Las medidas absolutas, como su nombre indica, son valores fijos: los puntos y las picas serían un ejemplo. Las medidas relativas son más complejas de determinar, pues dependerán de la relación entre varios elementos. La interlínea es un ejemplo de medida relativa, que dependerá de la medida del carácter. Cuanto mayor sea el cuerpo del tipo, mayor tiene que ser la interlínea si no queremos solapamientos de ascendentes y descendentes.

Hay mucha diversificación en el campo de las medidas tipográficas, así encontramos sistemas diferentes dependiendo de la tradición tipográfica. Básicamente, hay dos tradiciones tipográficas: la anglosajona o británica y la europea continental. En cuanto a las medidas tipográficas, el primer sistema de

Ilustración 37 Diferencia entre espacio visual, interlineado y medida del cuerpo



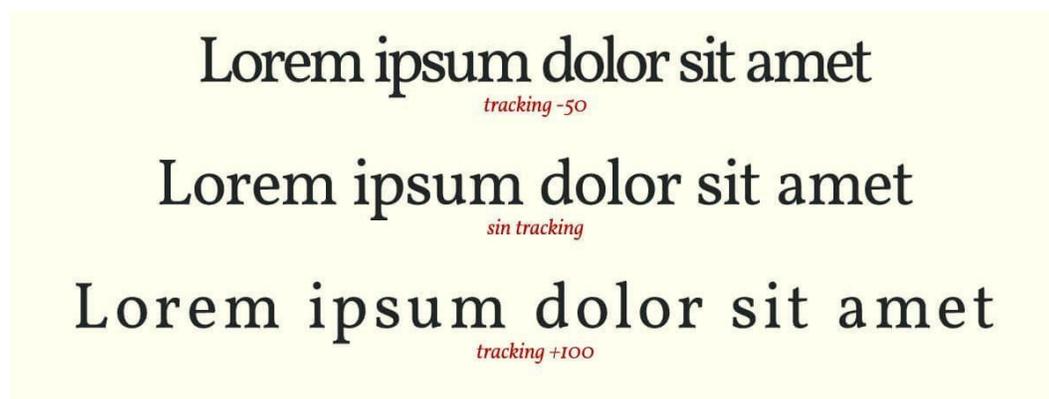
Fuente de Tipos con carácter, 2019, Andhell · Marketing Digital. CC BY 2.0  
puntos, que intentaba unificar criterios entre fundidores de tipos, lo definió el grabador francés Pierre Simon Fournier en 1737. En 1785, Firmin Didot modificó el sistema de Fournier y la medida del punto. En el año 1870, en Gran Bretaña, se creó un sistema con otra medida para el punto. (Ferrer & Gómez, 2014)

“El kerning se origina en la época de los tipos metálicos, en la cual un kern era un componente metálico, la parte de la letra que sobresalía del borde exterior. No eran muy habituales, debido a la complejidad en su elaboración, pero las tipografías que tenían kerns conseguían un espaciado mucho mejor entre sus caracteres.” (Tipos con carácter, 2019)

El espacio entre palabras es un valor porcentual del cuadratín, por lo tanto, dependerá de la medida del tipo. Cada fuente tiene su propio espaciado y algunas son más condensadas que otras. No obstante, este espacio lo podemos controlar en los programas de autoedición mediante el kern (kerning) y el interletrado (tracking) para adaptar el texto a nuestras necesidades. (Ferrer & Gómez, 2014)

Estos dos elementos son muy importantes para la legibilidad de la tipografía, pues definen la apariencia del texto, esta puede ser muy densa o saturada, reduciendo así el espacio entre los caracteres y la apariencia es mejor cuando hay un aspecto liviano o extendido cuando se crea una composición, este espacio se expande según las necesidades del texto o el gusto del diseñador.

Ilustración 33 Interletrado normal, abierto (tracking +100) y reducido (tracking -50).



Fuente de Tipos con carácter, 2019, Andhell · Marketing Digital. CC BY 2.0

Cuando los caracteres son grandes, el ajuste de kerning debe ser pequeño, de modo que el espacio entre cada carácter sea uniforme y la disposición de las palabras sea coherente.

No se realiza el kerning de los tipos hasta que se han establecido los valores del tracking y la selección de los tipos de letra, ya que la cantidad de tiempo necesaria para este ajuste fino podría resultar inútil si hay algún cambio posterior. No hay que pensar que un juego de valores de kerning se puede transferir a otro tipo de letra. Los distintos tipos de letra poseen unas características que les son particulares y que por tanto requieren un kerning indicado. (Ambrose & Harris, 2005)

El manejo del kern y el track es uno de los beneficios que presenta la tipografía digital, que permite hacer fácilmente ajustes en el texto para que los caracteres funcionen de acuerdo con las necesidades del diseñador. Antes de que existieran los medios digitales, estas modificaciones eran imposibles de realizar con tanta facilidad porque los tipos de imprenta no se podían ajustar entre sí cómodamente. Hoy el espacio del kerning viene preestablecido, sobre todo en las fuentes con formato *PostScript*, que ya tienen predeterminado correctamente el espacio requerido entre caracteres, aunque en algunos casos puede presentar pequeñas complicaciones en la unión de determinados caracteres, de tal modo que el diseñador. (Cadena, 2019)

La alineación del párrafo se puede llevar a cabo de cuatro formas diferentes: izquierda, derecha, centrada y justificada. La opción que se tome dependerá de decisiones formales del texto y de su papel dentro de la columna o la página. (Ferrer & Gómez, 2014)

Ilustración 34 Manejo del kerning Fuente, de Sandra Ileana Cadena Flores,



2019, Tipografía y sus tendencias latinoamericanas. BY-SA.

También disponemos de las sangrías y las tabulaciones como atributos específicos de los párrafos. Las letras también se pueden utilizar como elementos gráficos.

Ilustración 35 Ejemplos de estilos de sangría

Estilo ordinario	
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>	
<p>Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum</p>	
Estilo francés	
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>	
<p>Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum</p>	
Estilo modern	
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>	
<p>Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum</p>	

Nota: Podemos encontrar el estilo ordinario (primera línea del párrafo sangría positiva), moderno (no se especifican entradas de primera línea) y el estilo conocido como francés (la

primera línea tiene sangría negativa) Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

Un personaje o un grupo de personajes puede tener grandes habilidades visuales y de comunicación. Las fuentes son formas y los contornos pueden tener estilos, tamaños y colores. Los diseñadores se dieron cuenta de que, al usar la tipografía, combinarla con bloques de texto, imágenes, En el texto, la cantidad de información que necesita ser divulgada también afectará.

En caso de que nuestra publicación sea para un mercado específico. Incluso si no es para el público en general, no importa cuán complejo sea el contenido, generalmente puede usar palabras clave y términos que otros lectores puedan entender. El texto debe ser conciso y claro, por lo general, factible. Aunque encontramos que el texto de la publicación es demasiado y la información es aburrida, no llamará la atención de los lectores, pero se recomienda que utilice una fuente nueva, que debe ser diferente a la que se utilizó anteriormente. Cada contenido debe despertar un cierto interés, puede estar relacionado con la tecnología, las finanzas, la economía o un determinado campo relacionado con la información de actualidad, estos contenidos suelen generar siempre expectativas entre los lectores y son de fácil acceso. Ilustraciones o en sí misma puede resultar atractivo.

#### **1.4 El Uso de la Retícula**

La retícula fue una pieza esencial del diseño sistemático defendido por la Escuela Suiza. Suponía claridad, orden, seriedad y solvencia y era, además un reflejo de las convicciones de quienes, como Müller-Brockmann creían en el diseño objetivo y en la necesidad de que el diseñador dejará a un lado la subjetividad.

Froshaug señaló que es necesario reconocer que la cuadrícula es un elemento estandarizado, que está implícito en el término "tipografía", pero se recomienda utilizarlo de manera no dogmática.

En ese momento, no solo reflexionaron sobre la cuadrícula, sino que también intentaron encontrar nuevas formas de lidiar con la cuadrícula. Por lo tanto, también en la década de 1970, Willi Kunz inició experimentos, centrándose en el

conflicto entre la posición del texto y la puntuación, los cambios en el orden de las palabras y los movimientos físicos y mentales que se producen. (Pelta, 2012) El diseño de la página y la pantalla facilita la organización y el equilibrio de todos sus elementos. Los gráficos, el texto, las fotos, los elementos de navegación, todo lo que va a ser visible en una página web o impresa se puede organizar usando una retícula.

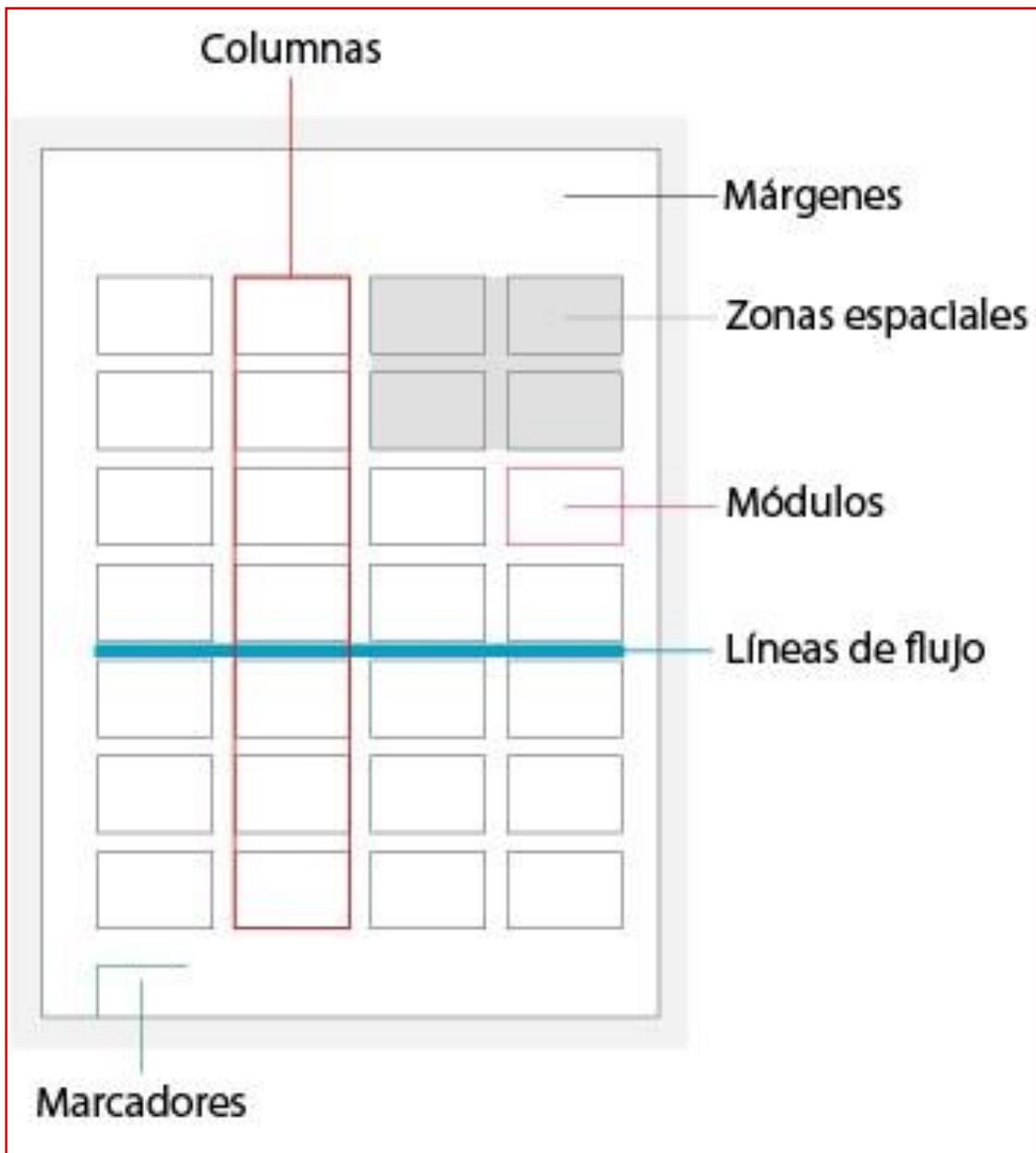
Organización reticular. En la retícula el espacio se divide en módulos de igual tamaño que estructuran el espacio de la página. El espacio así dividido organiza la disposición de los elementos gráficos al determinar las posiciones que pueden ser ocupadas por texto e imagen, así como las combinaciones permitidas. Una forma práctica y común de maquetar el texto es dividirlo en diferentes columnas, de modo que cada página pueda mostrar más de un bloque de texto. Esto no solo es dinámico, sino que también mejora la legibilidad, lo que hace que las líneas sean más cortas y más dinámicas para leer. Además, al tener más espacios en blanco, ya no está limitado a los márgenes establecidos de la página. Podemos tener una variedad de composición, generalmente los diseñadores crearán una parrilla (retícula) para crear la estructura de la página, la estructura determinará la posición de las columnas y otros elementos (como ilustraciones, imágenes, títulos) que componen la composición. Las combinaciones posibles son ilimitadas: dependerá del contenido y sus especificaciones del formato del papel seleccionado, del tamaño y estilo. Podemos tener cuadrículas simétricas o asimétricas que contienen solo texto o texto con gráficos. Lo importante de columnas y la estructura escogida sea armónica, que nos permita colocar todos sus elementos sin complicaciones.

El sistema de medidas tipográficas se basa en la unidad del punto que lleva el nombre del fundador de tipos de imprenta parisino Firmin Didot (1712-1768), que mejoró el sistema de puntuación inventado en 1675 por Fournier. El sistema Didot se extendió por toda Europa y ha conservado hasta el presente su aplicabilidad. Este sistema se ajusta al pie francés de 30 cm de longitud. El tipómetro corresponde al pie francés. Tiene 30 cm de largo y mide 798 puntos tipográficos.

En 1898 se introdujo por vez primera una altura unitaria para los tipos de 62 Ё puntos. En la tipografía tradicional, de composición con plomo, se contaba con puntos tipográficos, no con centímetros. Con la aparición de los caracteres reproducidos fotomecánicamente las medidas pueden indicarse tanto en milímetros o pulgadas como en puntos. Desde los años sesenta se pretende introducir en la tipografía la medida métrica en lugar del cicero. (MüllerBrockmann, 1892)

La retícula divide una superficie en campos, a modo de rejilla, que pueden tener las mismas dimensiones o variar, aunque generalmente son proporcionales entre ellos. La altura de los campos corresponde a un número determinado de líneas de texto y su anchura corresponde al ancho de la columna más estrecha. Se puede componer el texto en anchos de columnas diferentes uniendo uno o varios campos.

Ilustración 36 Partes de una retícula



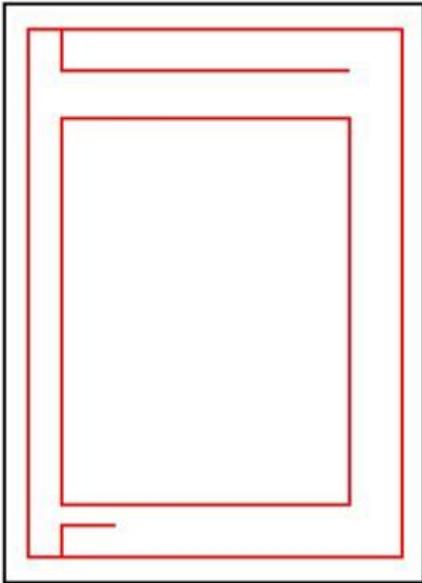
Fuente Adaptado de Tipos de Retículas, de Emilio Romero, 2019, Revista Digital INESEM. CC BY 2.0.

Existen diferentes sistemas reticulares:

Retícula Manuscrita o Bloque: Consiste en una sola columna y ocupa la mayor parte de la página, esto permitirá disponer el texto de forma secuencial, es la más fácil de usar dependiendo del tipo de composición que se realiza. Se suele usar en libros de novela en los que el formato y el cuerpo de la tipografía permiten una composición de columna única.

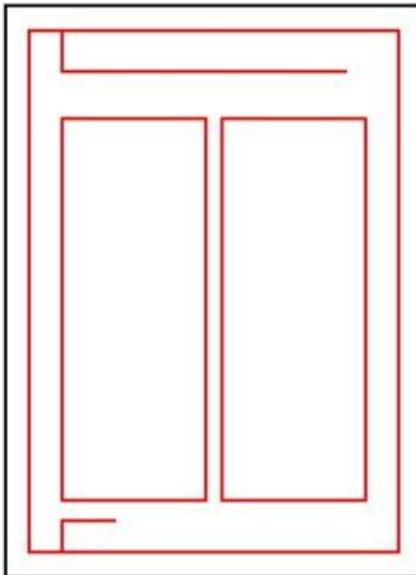
Retícula de Columnas: Consiste en usar 2 o más columnas verticales. No existe un límite en la actualidad para la ubicación de estas columnas que representan un diseño simétrico con respecto del lomo, permitiendo generar una mejor distribución de los elementos en una página ofrece bastante flexibilidad y versatilidad, dado que la división en columnas permite situar diferentes tipos de contenido (texto, titulares, imágenes, pies de foto, etc.)

Ilustración 37 Manuscrito



(Romero E. , 2019)

Ilustración 38: Columnas

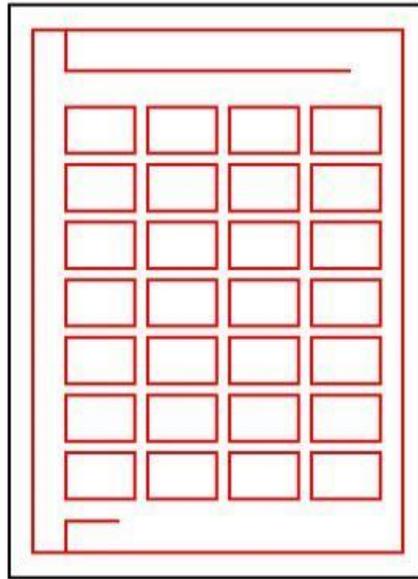


(Romero E. , 2019)

Retícula Modular: Es la más completa por su división de columnas. Además, posee líneas

tanto horizontales como verticales que permiten dividir la página formando pequeños módulos, para un diseño más elaborado pues ofrece posibilidades ilimitadas y es muy adecuada en formatos de página complejos, como revistas o periódicos.

Retícula jerárquica: Se adapta en función de las necesidades que pueden presentar los



elementos en la diagramación. Sean estos por su proporción, forma e irregularidades que pueden presentarse en el diseño. Un ejemplo de formatos que utilizan esta estructura son los proyectos de páginas web.

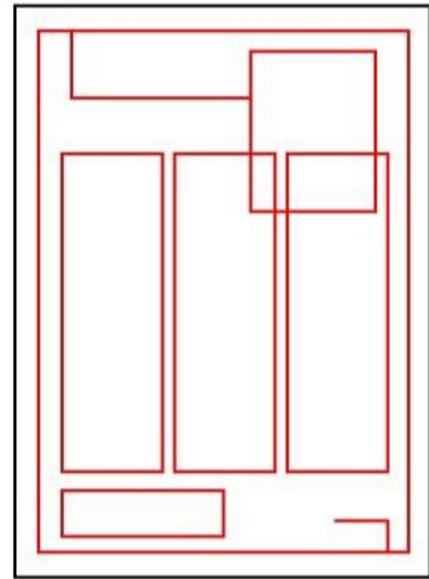


Ilustración 39: Modular  
(Romero E. , 2019)

Ilustración 40: Jerárquica

(Romero E. , 2019)

Si queremos construir una retícula compositiva debemos tener en cuenta los siguientes pasos:

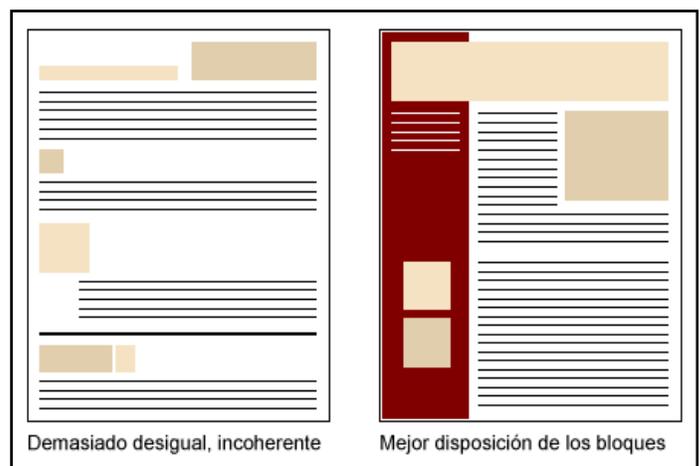
- Acordar el formato de la página donde necesitamos construir la retícula.

- Definir el tipo de tipografía que se va a usar en el texto base, su tamaño y su interlineado.
- Decidir el número de columnas que se van a usar por página, manteniendo de 7 a 10 palabras por línea si es posible y con un medianil adecuado para favorecer la lectura del documento.
- Tener en cuenta el margen blanco exterior que le vamos a dejar al documento para dibujar las columnas.
- Contar cuántas líneas de texto salen con la altura de la columna escogida, ajustándose si hace falta.
- Ver en cuántas filas se va a dividir la retícula, dejando entre ellas un espacio de una línea de texto.
- Calcular cuántas líneas de texto cogen en cada campo reticular o módulo.

De forma indiscutible el uso de retículas agiliza el proceso de maquetación. Sobre todo, cuando nos enfrentamos a proyectos con mucha cantidad de información como por ejemplo libros, catálogos, revistas etc. El tiempo empleado al generar la retícula compensa totalmente y a partir de esta nos limitaremos a colocar textos,

imágenes y demás elementos. Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la (Romero, 2019)

Ilustración 41 Ejemplo de maquetación



UOC. BY-SA.

La maquetación del sitio web debe transmitir confianza a los usuarios de forma eficaz. La organización de gráficos, texto y otros recursos es fundamental. El diseñador debe saber cómo guiar la línea de visión del espectador, cómo priorizar la información y cómo hacer que la interacción sea fácil de entender y relajar. Se debe encontrar un equilibrio entre impacto visual, nivel de información e

interactividad. Debe comprender sus propias limitaciones ambientales, que cambian constantemente. El uso de la continuidad visual y formal en la organización de contenidos, gráficos y maquetación es fundamental para proporcionar a los usuarios un entorno de navegación coherente y estable.

La tipografía establece una jerarquía visual muy importante en las páginas web o aplicaciones multimedia. Además de ser un vehículo para la comunicación escrita, también se utiliza para enfatizar y enfatizar partes específicas de la página. Ayuda a comprender la relación entre los bloques de información y las imágenes y otro contenido subordinado. El diagrama de Gutenberg es un patrón muy solicitado. Su organización sirve para diseño web, para publicidad, cartelería, marketing, entre otros, divide el medio expositivo en cuatro cuadrantes, la zona óptica primaria: situada en el margen superior izquierdo. La zona de seguimiento óptico (barbecho) fuerte: situada en la parte superior derecha. La zona de seguimiento óptico (barbecho) débil: situada en la parte inferior izquierda y la zona terminal: situada en la parte inferior derecha. (Escamilla, 2019)

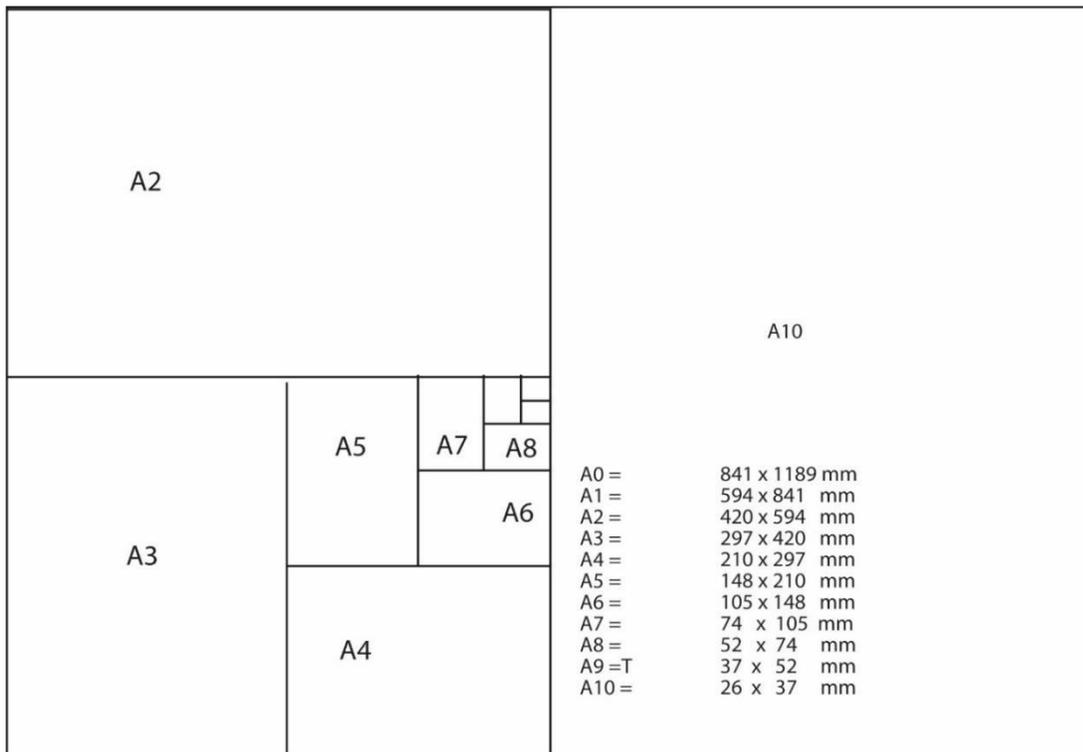
Ilustración 42 Diagrama de Gutenberg



Fuente Adaptado de Tipos de Retículas, de Miguel Escamilla, 2019, Revista Digital INESEM.

CC BY 2.0.

Ilustración 43 Tamaños estándar de papel



Fuente Reproducido por Estefani Estrada, 2021, Word, diseño propio

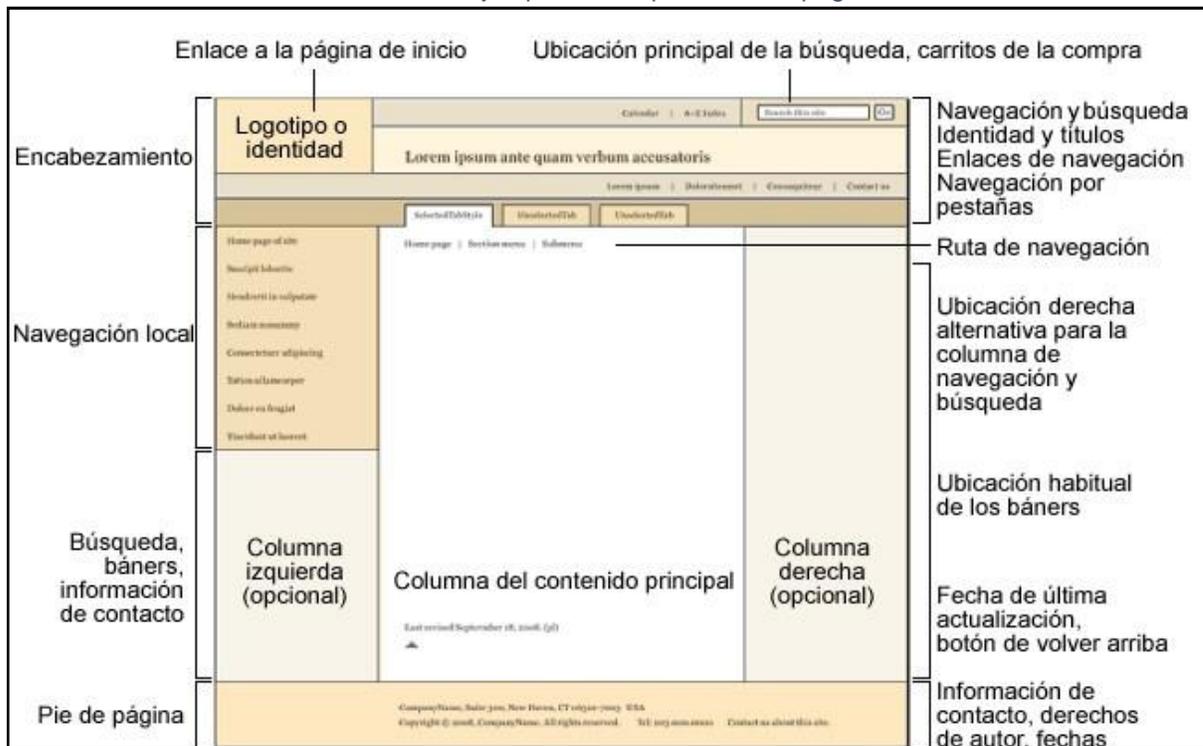
El pliego es la forma básica de cualquier formato. Si se hace un doblez al pliego se obtendrá la mitad de pliego o folio, que representa 2 hojas de papel o 4 páginas. El pliego al que se hacen dos dobleces es el cuarto de pliego, también llamado cuarto, que representa 4 hojas de papel u 8 páginas. El material impreso normalizado se desarrolla a partir de las series A, B, C, D. Las dimensiones básicas de los pliegos son las series.

- A= 841 x 1189 mm
- B=1000 x 1414 mm
- C= 917 x 1297 mm

La serie C son formatos de envoltura y sobres para la serie A. Las series C y D son las llamadas adicionales. Los formatos A se adaptan a las envolturas del formato C. Las envolturas del formato C se adaptan a los contenedores B. Los formatos con fines especiales se emplean también en la forma apaisada (colocado en su posición normal, es más ancho que alto.). El formato americano, comparado con el europeo, es un poco más bajo. Sus dimensiones en lugar de A4 (29,7 x 21 cm) son 27.94 x 21,57 cm

Los primeros tipos de fuentes para computadora eran fuentes *bitmap* o de mapa de píxeles, incapaces de sustituir a la fotocomposición tradicional pero útiles en la confección de informes, documentos y en algunas publicaciones sin grandes exigencias técnicas. Hay varias consideraciones relevantes en el momento de ofrecer formato a los textos largos para ser publicado en la web, dentro de este marco las estandarizaciones más usualmente aceptadas aconsejan eludir demasiados vínculos, puesto que rompen la continuidad en la lectura. Es mejor tener en cuenta integrar finalmente del escrito una lista de los vínculos referenciados en un artículo: son por igual disponibles y no despistan al lector, no lo perderemos a partir de un inicio. Evadir demasiados niveles tipográficos, más que nada en el enfatizado. Es primordial marcar una jerarquía visual de la información con el mínimo de recursos probables para generar un diseño adaptado y simple de cambiar. Parece algo obvio, pero es fundamental repasar el escrito a fondo y revisarlo más de una vez. Un escrito con faltas y mal escrito se traduce en una desconfianza por parte del lector.

Ilustración 44 Ejemplo de maquetación de página web



Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

En consecuencia, es necesario observar la conversión que sufre el escrito una vez que pasa de un editor de textos al formato web.

Hay letras y números, como números y signos específicos, que tienen la posibilidad de perder o variar. Continuamente se tiene que repasar para hacer cualquier componente publicitario o de divulgación de manera eficaz es importante prestar atención a los recursos que lo conforman.

En medida que queramos iniciar cualquier diseño es importante haber producido una composición lógica, que potencie la claridad y la legibilidad de la información que vaya a plasmarse en él. Desde luego la organización del mismo dependerá no solo del contenido en sí mismo, sino además del soporte en el cual nos encontremos es elemental para el triunfo de cualquier mensaje. Aun cuando esto cobra particular trascendencia en titulares y mensajes de productos publicitarios, generalmente para cualquier componente de diseño tienen que trabajarse los textos para que sean, no sólo correctos a partir de la perspectiva ortográfico, sino además convincentes, adecuados a nuestro público, claros y explicativos.

Ilustración 45 La cervecera de Guadalajara



Nota: México tiene una presencia web impresionante. Está organizado en bloques de fotos con una tipografía legible que posibilita un examen veloz por las distintas secciones. Fuente Adaptado de Cerveza Minerva, de Estefani Estrada, 2021, todos los derechos reservados.

La fuerza de una buena imagen es innegable. Por esto es importante ayudar los mensajes textuales con imágenes apropiadas y con fuerza, de buena calidad tanto por tamaño como por contenido gráfico, por consiguiente, La tipografía tiene un peso fundamental en una pieza de comunicación, debido a que, junto con la imagen elegida y la composición de la estructura establece el enfoque y el peso del mensaje para el público objetivo, como se afirmará en el siguiente capítulo. Dentro de este orden de ideas, estas herramientas nos darán voz y vocabulario en nuestro proceso.

### **1.5 Materiales Gráficos:**

Los buenos diseños nunca ocurren por accidente, deben ser deliberados y cuidadosamente planeado y diseñado cuidadosamente. Donde algunos aspectos a considerar son:

- La naturaleza del mensaje.
- Tipo de imagen o imagen que se utilizará.
- El proceso y el papel en el que se reproducirá.
- La cantidad de texto y su tamaño.
- Si el diseño será independiente como un cartel o competirá con otros en el entorno circundante como en al periódico.

La distribución de materiales gráficos requiere un alto grado de preparación por parte de los diseñadores. La combinación de diferentes elementos siempre debe estar alineada con el tipo, pensamiento y género de la publicación.

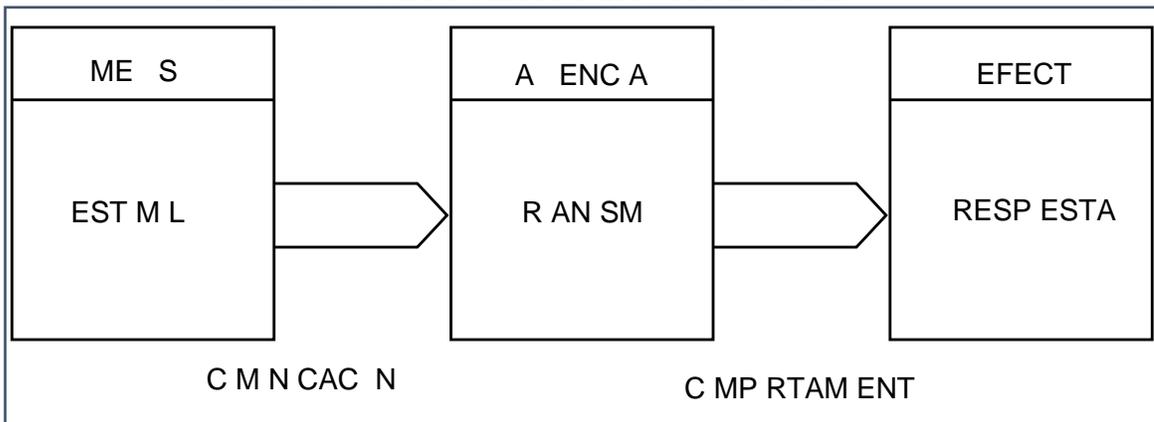
Un material gráfico representa en la mayoría de casos el primer contacto con el público, por lo que resulta imprescindible que el diseño esté completamente alineado con el mensaje que se desea reflejar hacia el público, no hace referencia únicamente a los elementos decorativos de cualquier pieza gráfica, sino también deben estar siempre enfocados en comunicar y transmitir un mensaje hacia el público objetivo, para poder desarrollar un material gráfico que comunique un

mensaje de manera correcta, práctica y entendible, primero nos debemos preguntar ¿Cómo nos comunicamos?

Toda comunicación transmite información, envía un mensaje. Por ello, muchas veces se confunde con información, pero en su carácter informativo lo que prácticamente hacemos es transmitir, propagar o difundir lo que tenemos.

En las aportaciones de Laswell, Lazarsfield, Hovland y Lewin demostraron que hay otras cosas. La gente cambia entre estímulos y la respuesta. El nuevo modelo E-O-R (estímulo-organismo-respuesta) es propuesto por Harold D. Laswell en su libro clásico: *¿Quién dice qué, por cuál canal, a quién, con qué efecto?*

Ilustración 46 Harold D. Laswell: “Los modelos lineales”



Fuente Adaptado de Los modelos lineales, de Estefani Estrada, 2021, Diseño del autor.

Las primeras investigaciones de Laswell datan de los años 20; durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se ocupó del análisis de la comunicación política. Examinó las fórmulas de Aristóteles y Quintiliano que tenían relación directa con la formación de oradores (por tanto, de emisores); estudiando los mecanismos de la propaganda se inspiró para crear su propia fórmula.

Significación de los elementos de la fórmula:

a) Quién: “Quién” es el emisor, es decir, el origen, la fuente de toda comunicación. Laswell incluyó en esta denominación todas las categorías de

emisores: desde el simple periodista que escribe una nota hasta las agencias internacionales periodísticas o publicitarias.

b) Dice qué: Se trata aquí del mensaje. Laswell se detiene principalmente en el análisis de la información contenida en el mensaje en términos estadísticos, esto es, procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa de los datos informativos del mensaje.

c) Por cuál canal: Se trata de los medios usados para transmitir el mensaje. Laswell introdujo la noción de análisis de medios, es decir, la investigación del o de los mejores canales capaces de vehiculizar el mensaje al o a los receptores.

d) A quién: En relación con el análisis de medios, el análisis de receptores es, para Laswell, sobre todo cuantitativo. Preconiza medir en términos de cantidad el universo a alcanzar para aislar una o varias partes.

e) Con qué efecto: Se trata del impacto que Laswell concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, vehiculizado por tal medio, dirigido a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado. Éste será, por ejemplo, el análisis del impacto de un mensaje publicitario en determinada región del mercado en términos de volumen de ventas, imagen, posicionamiento, etcétera." (Galeano, 1997)

La información es el resultado de una acumulación de datos, de naturaleza pasiva. En cambio, la comunicación es un contenido que da sentido al mensaje y se convierte en acción porque el interlocutor contesta, no obstante, la diferencia más importante es que la información es la mitad del proceso de comunicación. Sin embargo, si su interlocutor no devuelve un mensaje, la interacción aún no se ha producido. En efecto, la comunicación implica una vía doble.

La comunicación, como profesión, nació en Estados Unidos. En ese momento, Estados Unidos estaba en la euforia de los medios electrónicos. En ese momento, se hablaba de la expresión de la comunicación de masas (mass communication), que era una expresión muy consciente en los ojos de varios estudiosos que

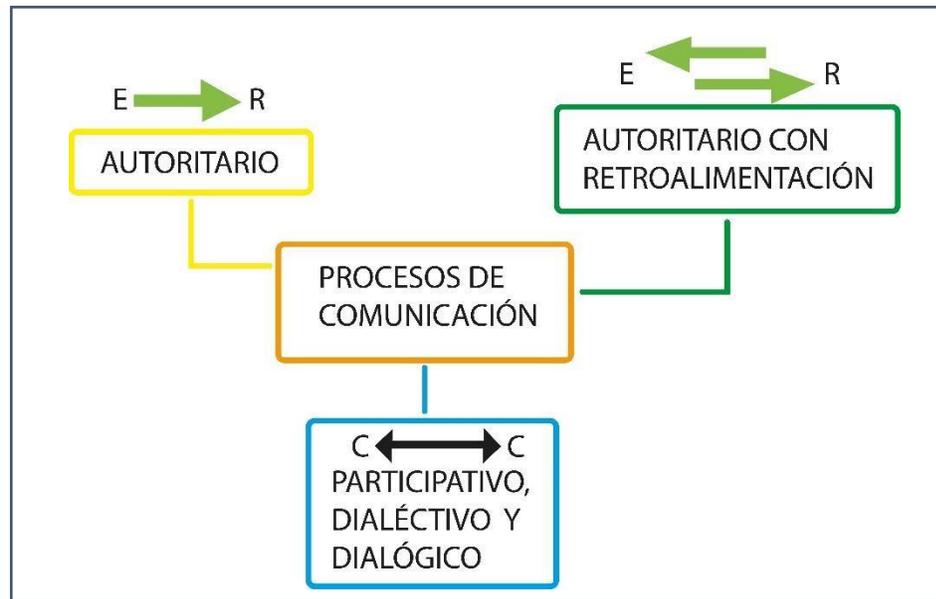
pensaron en este concepto; La forma trata al individuo como seres irracionales como masas.

La mass communication relacionaba que los mensajes eran enviados a la gente sin agobiarse del destino, en un inicio esto se conoció como un modelo autoritario de comunicación que se centraba en un emisor enviando un mensaje a un receptor.

Pero los anunciantes y promotores estaban interesados en conocer la respuesta del público que les envió el mensaje. Luego, en el mismo modelo autoritario, se generó una flecha de retorno (feedback) para indicar cómo recibieron el mensaje:

El pensamiento latinoamericano insistió en reemplazar la comunicación de masas (que es un término despectivo) con el concepto de comunicación colectiva que incluye una visión más racional de los humanos. El concepto de receptor tampoco ha sido bien considerado. Puesto que no somos barcos y no tratamos la información como contenido vacío, la percibiremos, por eso se llegó al acuerdo del término perceptor, que promovieron autores como Daniel Prieto. Algunos más radicales prefirieron poner en el mismo nivel a los dos actores del proceso comunicativo y hablaron entonces de comunicador a comunicador, donde cada individuo tuviera la misma oportunidad de enviar y recibir mensajes. Esto es un modelo horizontal, caracterizado por el diálogo. (Baena & Montero, 2014)

Ilustración 47 Proceso de Comunicación



Fuente Adaptado de Proceso de Comunicación, de Estefani Estrada, 2021, Ciencias de la comunicación. Diseño del autor

Es un modelo que en el plano teórico y praxeológico (disciplina que se fundamenta en la idea de que los seres humanos realizan acciones de manera consciente y deliberada, orientadas a alcanzar objetivos puntuales) intenta dar cuenta de las relaciones que se establecen entre las bases materiales que hacen posible la comunicación (infraestructura), la organización de esas bases materiales reflejo de la organización social que se sirve de ellas (estructura) y el modelo cultural, axiológico e ideológico que se articula con ella (supraestructura). En el plano didáctico se esfuerza en despertar el espíritu crítico y el sentido de responsabilidad social entre los futuros profesionales de la comunicación. (Yang y otros, 2016)

La mayor parte de los estudios de la comunicación han desarrollado sus propios planes y modelos particulares, las señales se presentan por medio de indicios, imágenes y símbolos; además, resultan muy relevantes en la comunicación. Una señal es un objeto material, cualquier cosa, que significa algo para alguien. Una relación natural es una interacción de causa-efecto para llegar hoy a proponer profundas interpretaciones.

La relación entre el habla y el lenguaje visual se ha convertido en una característica de la investigación de la teoría de la imagen en el siglo XX. A partir

de la investigación de los símbolos gráficos, utilizando herramientas de la lingüística general, existen varias corrientes teóricas. Sin embargo, estos contenidos se aplican a una comprensión profunda de la imagen, sus partes y relaciones.

Las imágenes son la unidad de representación del lenguaje visual, así como las palabras son el lenguaje escrito, estamos en un proceso de constante evolución, es decir, cómo "leemos" y cómo todas las imágenes que nos rodean nos "afectan". Las imágenes nos transfieren conocimientos y emociones. Las imágenes no son neutrales, los propósitos artísticos y estéticos no son su único objetivo. Vivimos en una sociedad dominada por los medios de comunicación. Muchos de estos medios (como televisión, anuncios en la calle y en revistas, periódicos, Internet y la creciente popularidad de las redes sociales). Si comprendemos cómo funcionan las imágenes y en qué idiomas se comunican, seremos capaces de examinar y usar estándares más adecuados como creadores y diseñadores.

La semiótica entró en el campo de la investigación del diseño a finales de la década de 1950. Bernhard Burdel menciona en el famoso libro en español de Gustavo Gilí: "Tomás Maldonado publicó un artículo en 1959 Un excelente artículo sobre el tema, en 1961, adoptó la primera" terminología semiótica ". En 1962 Hans Gugelot pronunció un discurso sobre el tema" el diseño como símbolo ", en 1963 Gui Bonsiepe señaló la importancia de la semiótica para el diseño. La estructura del mundo de los objetos y del mundo de los símbolos es la misma". (López, 2014)

Hasta donde sabemos, la representación gráfica del lenguaje visual es anterior a la aparición del texto. Pinturas rupestres, decoraciones sobre el propio cuerpo humano o las primeras herramientas y artefactos serán los primeros testigos formados por marcas esquemáticas, pictogramas o dibujos representativos. (Ferrer & Gómez, 2014)

Hay numerosas variantes del propio significado y alcance del término semiótica. Enfatizamos la del filósofo Charles Sanders Peirce (1839-1914), quien establece que la semiótica tendría que integrar además las otras ciencias que tratan los signos en otros campos y usos. Peirce presenta la semiótica como una "ciencia

del pensamiento" que responde al interrogante de cómo el hombre conoce el planeta que lo envuelve, cómo lo concibe y cómo crea el conocimiento y lo transmite. Un signo es todo lo cual tiene relación con otra cosa (referente); es la materia prima del pensamiento y por consiguiente, de la comunicación, toda vez que deben interactuar con el mundo que los rodea a través de los medios de comunicación que tanto la sociedad como la tecnología han dispuesto.

La semiótica, según Peirce, nos da una teoría general completa del sentido y la representación. Todo lo existente es símbolo en tanto en cuanto podría ser representado, o sea, puede darle a nuestra mente una iniciativa; en este sentido, la semiótica no se limita sólo al análisis y categorización de los signos, sino que se convierte en la ciencia más mundial, puesto que, para Peirce, nuestros propios pensamientos además son signos. todo pensamiento requiere inevitablemente la vida de signos: sin signos no hay forma de pensar.

Otro destacado teórico en semiótica, Roland Barthes, hace un interesante testimonio sobre el objeto de análisis de la semiótica en su conferencia "Semántica del objeto" (Barthes, 1990 [1964]), en la que postula una disciplina semiológica que estudiaría de qué forma los hombres otorgan sentido a las cosas. (Ferrer & Gómez, 2014)

Las señales se muestran a través de indicios, imágenes y símbolos; además, son muy importantes en la comunicación. Una señal es un objeto material, cualquier cosa, que significa algo para alguien; Los íconos son esos signos que se definen conforme el aspecto de primeridad, así como los índices de acuerdo con la segundidad y los símbolos, de acuerdo con la terceridad.

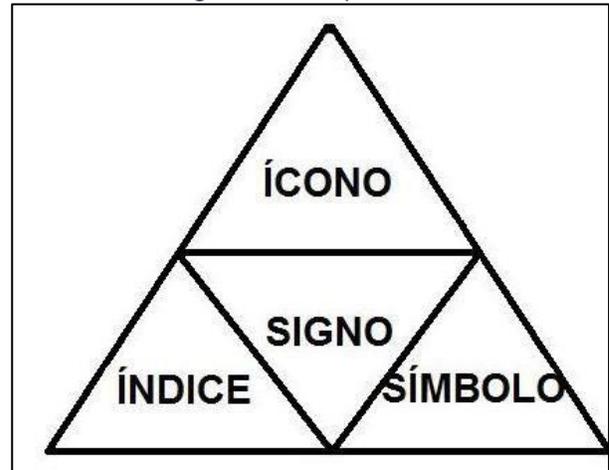
Para poder enfocarse en el ícono hay que recordar que el primero implica la definición del mismo, pues la masa es similar a la masa del objeto, es decir, su característica es establecer semejanza y semejanza. Son signos de similitud o alguna coincidencia con objetos. Un buen ejemplo es un mapa, porque parece que la imagen mostrada es similar a la imagen de su objeto (país real). A su vez,

Peirce clasifica los iconos como:

Imágenes: signos que comparten cualidades básicas con el objeto. Ej.: onomatopeyas, escrituras primitivas.

Diagramas: signos que comparten colaboraciones análogas entre sus propias piezas. Existe en el ícono una afinidad en medio de las interacciones de las piezas del representamen y las del objeto, por ejemplo, organigrama de una compañía, cuadros sinópticos.

Ilustración 48 Esquema de la clasificación del signo definida por Peirce



Fuente de Estefani Estrada, 2021, Teoría de Peirce, Diseño del autor

Metáforas: signos que albergan un paralelismo con su objeto, involucra una interacción de analogía entre los referentes de 2 expresiones o el contenido de ellas y constantemente hablamos de una interacción de afinidad. (Dora, 2015)

El signo se refiere a la colección de la asociación entre el significante y el significado. La relación entre el significante y el significado que recibe la instrucción se denomina "significación" y se representa mediante flechas en la figura siguiente. La línea horizontal marca la diferencia entre los dos elementos del símbolo. Esta relación entre el significante y el significado a la que se dirige es arbitraria, es decir, no existe una razón natural para que un signo se relacione con un concepto específico.

Ferdinand De Saussure mencionó que "llamamos signo a la combinación de concepto e imagen acústica". En otras palabras, un signo es una combinación de dos elementos: significado y significante. El significado es lo que queremos decir mentalmente cuando captamos un significante. Para nosotros, el significante puede ser aceptado por cualquier órgano sensorial y puede evocar un concepto. El significante podrá ser palabras, gestos, gustos, olores, cosas suaves o ásperas. Como lingüista, utilizó ejemplos del sistema de signos del lenguaje hablado y escrito y mencionó el lenguaje de los sordos, las costumbres sociales, la etiqueta, el lenguaje religioso y otros rituales simbólicos, procedimientos legales, signos

militares, signos náuticos etc. Además, propuso las diferencias entre el habla y el lenguaje, como la diferencia entre el lenguaje hablado de cada persona y el sistema básico de actividades del lenguaje hablado.

Saussure cree que el lenguaje debe estudiarse como un fenómeno social, un sistema estructurado, formalizó en cierta forma los procedimientos básicos de indagación del lenguaje y metió la separación entre sentido y significante. Debido a las bases establecidas por Saussure, dichos principios tienen la posibilidad de ejercer no sólo al lenguaje comentado y escrito, sino además al lenguaje visual.

Hoy en día, podemos ver íconos en todas partes (sitios web, carteles, folletos, televisores, etc.) Estos íconos pueden atraer la atención del público y transmitir información de una manera más rápida e intuitiva. Son muy útiles cuando no

disponemos de espacio suficiente o queremos transmitir una gran cantidad de opciones de forma cómoda. La imagen se encarga del diseño y modificación del icono.

En iconografía, también debemos determinar el tipo de lenguaje utilizado para transmitir la información que transmitirá el icono. Si desea representar un objeto físico, se creará un icono utilizando un idioma de texto. Por lo tanto, las personas que vean el icono podrán reconocerlo por completo. Por otro lado, si queremos

representar un concepto abstracto, debemos utilizar un lenguaje retórico o figurativo. Se caracteriza por el uso de recursos y expresiones que nos permiten contactar con el público de una manera más racional o emocional. En este caso, se suelen utilizar formas verbales para que puedan enviar un mensaje claro junto con el icono.

Cada diseñador usa su propio estilo al crear el diseño final, al igual que cada comité necesita una estética específica. Esto significa que la comunicación entre

Ilustración 49 Esquema de los componentes del signo según Saussure



Fuente de Ferrer & Gómez, 2014, Fundación por la UOC. BY-SA.

las dos partes debe ser uno de los pilares sobre los que se asienta la iconografía. En cualquier caso, la iconografía requiere que cualquier icono sea visualmente simple y claro, transmite con fuerza su significado, plasmándolo en un material gráfico. Entre los materiales gráficos se distinguen principalmente la siguiente:

La infografía es una pieza gráfica que nació en el medio periodístico y en el que más se ha desarrollado. Las definiciones y tipologías son diversas cuando se consultan a los especialistas, La coincidencia entre ellos se encuentra en caracterizarla como una pieza gráfica que incorpora elementos textuales y visuales, en una relación indisoluble. Además, Villaplana agrega una tercera característica al entenderla como «un medio de transmisión de información». Como un objeto del diseño de información, la infografía es uno de los recursos más utilizados para la visualización de datos complejos en piezas informativas entendibles y estéticas, que rompen la fatiga visual al transmitir mensajes descriptivos de forma atractiva y que generan un aprendizaje. (Mata y otros, 2020)

Si bien no existe un manual exacto de cómo crear una infografía, algunas de las características que deben contener para que el mensaje sea recibido son:

**Significado:** Se utilizan para completar información o explicar puntos específicos, pero todas las infografías en sí mismas deben ser comprensibles.

**Texto simplificado:** Como dije en la definición, es un recurso gráfico. No debe tener párrafos grandes ni buenas explicaciones. Se trata de utilizar imágenes, gráficos o iconos para ilustrar y simplificar la información.

**Continuidad gráfica:** La parte gráfica es la parte más importante de una infografía, por eso deben trabajar bien juntos. Los iconos o imágenes utilizados para ilustrar la información deben estar conectados de acuerdo con el tipo de contorno, color, estilo de diseño, etc. Si comienza a mezclar elementos, será difícil de entender.

**Legibilidad:** incluso si el texto es pequeño, el texto contenido debe ser fácil de entender en términos de legibilidad y tipo de idioma.

Linealidad: Esto no quiere decir que tengas que leer en un sentido específico, porque depende del tipo de información y de la cantidad de conceptos a incluir. Puede ser texto completamente vertical, de arriba a abajo, o puede ser texto de lectura horizontal. Sin embargo, el orden a seguir al leer el gráfico debe ser claro.

La ilustración: Parte del conocimiento que tenemos en la actualidad, se debe a la apropiada comunicación y transmisión de la información a través del tiempo. Jaques Aumont (1992) en su libro *La imagen*, menciona que las imágenes generan algunas relaciones con el espectador gracias a valores de signo, representativos o simbólicos, entregan ciertos mensajes de acuerdo con la intención del autor, utilizadas en contextos socioculturales específicos, pueden influir en la forma de pensar de las personas. El uso de imágenes en ese proceso ha sido determinante y ha fortalecido la disciplina que se conoce como ilustración.

(Menza, 2016)

Al diseñar una publicación impresa, se ha mencionado anteriormente repetidamente, los dos elementos principales de la página son imágenes y en este trabajo se forma la maquetación del texto de la revista, la relación entre estos dos elementos puede variar según el tipo de publicación. A veces, se pueden utilizar imágenes para ilustrar lo que se menciona en el texto. Además, los momentos en los que la imagen acompaña al texto, pero no necesariamente se refiere a la misma descripción. Para diseñar una publicación equilibrada es necesario señalar que el texto y las imágenes están relacionados y coexisten, no compiten entre sí, porque la competencia elemental puede confundir a los lectores en el orden de lectura y el contenido. (Caldwell & Zappaterra, 2014)

Poseemos formatos que son utilizados en publicaciones impresas, como por ejemplo JPG, PSD, EPS, AI, PDF, TIFF. Dichos son formatos propios para publicaciones, saber usarlo dejará un trabajo más eficiente y efectivo en el momento de desarrollar nuestro plan, siendo útiles para ciertos tipos de contenidos. La categorización según los formatos de imágenes para laborar en el programa InDesign son:

Formato JPG: (Joint Photographic Experts Group), es el formato estándar más utilizado y conocido, que posibilita elaborar con facilidad por su tamaño limitado una vez que se comprime.

Formato PSD: (PhotoShop Document), es un formato que funciona realmente bien con los programas de Adobe por ser propio de la compañía. Además, este formato posibilita hacer las ediciones primordiales sólo en su programa de procedencia.

Formato EPS: (Encapsulantes PostScript), Es un formato de transporte de archivos que posibilita encapsular el contenido definidos por el mapa de bits, imágenes y vectores, contando con una enorme calidad que es aprovechado más que nada en las impresoras láser. Formato AI: (Adobe Illustrator), es usualmente utilizado para cambiar los archivos que se trabajan en este programa, como tienen la posibilidad de ser los vectores por la funcionalidad y versatilidad que traen.

Formato PDF: (Portable Document Format), este formato es el más utilizado actualmente, pues posibilita contener cualquier tipo de formato adicional en cuanto a imágenes, vectores y textos.

Formato TIFF: (Tagged Image File Format) es un formato potente respecto a la calidad de imagen, posibilita guardar la más grande proporción de detalles respecto a los otros formatos, es ideal en las cámaras fotográficas y en escáneres.

Al final, entrando en la fase de producción, donde se realizaron cada una de los periodos anteriores. El escrito y los gráficos se combinan para conformar un todo, y todos los recursos colocados anteriormente en el papel quedarán evidentemente capturados. Considerar el uso del video desde la perspectiva de la enseñanza, es decir, el uso de este medio como una mejora del aprendizaje. Varios autores como Cabero (1989), Martínez (1981), Vilches (1993), Bravo (1994) y Cebrián de la Serna (1994) han aportado las siguientes pistas al respecto. (Federación de Enseñanza de CC.OO., 2011):

- Lo primero a considerar es el objetivo que pretendemos alcanzar a través del video, así como el contenido del video y el método de uso sugerido.

- La redundancia de información no solo puede presentar información básica a través de diferentes sistemas de símbolos, sino que también puede lograrse por simple repetición en diferentes partes del programa, elemento que favorece el almacenamiento y la comprensión de la información.
- Al diseñar, aunque el video instructivo no sea un video de entretenimiento es importante no olvidar los elementos simbólicos y las posibilidades narrativas del lenguaje audiovisual.

“La forma en la que nos llegan los estímulos visuales, todo lo que captamos a través de los ojos, es analizado y comprendido por nuestro cerebro de acuerdo con unas bases comunes y difíciles de definir, dando como resultado la armonía como una concordancia estética y visual, y aunque lógicamente sea subjetiva, intentamos lograr la percepción de perfección visual en todo momento”. (Montalvo, 2018)

La naturaleza del hombre está buscando una forma de comunicación que se haya renovado en este contexto sobre la base de las necesidades es que el diseño en sí es una forma de comunicación que también ha desarrollado con estas necesidades, por lo que hay muchas ramas que incluir este término. El diseño ahora se puede encontrar en todas partes, lo grabamos en todas estas ciencias y profesiones que tratas de mejores resultados, así como el diseño gráfico, las nuevas disciplinas se desarrollan como una imagen pública. El diseño gráfico es una disciplina que incluye diversas actividades que pueden ser una herramienta diferente del diseñador desde el diseño de una identidad, ilustración, editorial, diseño de imágenes entre muchas otras sucursales, en las que se atreve, por lo anterior, el conocimiento que tenemos Muchas oportunidades en las que esta disciplina puede abordar una audiencia con la mera idea de convencer un pensamiento o mensaje.

## **CAPÍTULO 2. COLOR**

### ***Capítulo 2.1 Percepción***

La comunicación es el punto principal donde todo lo que se desarrolla funciona para transmitir mensajes y que estos sean entendibles, es importante desde una perspectiva de contenido, educación y desarrollo humano. En este caso, la visión, el lenguaje visual y la comunicación visual dominan un área grande. El color puede ser un símbolo de un fenómeno físico, un proceso fisiológico o un rasgo de personalidad, es la clave al momento de tomar la atención del público.

La percepción es un proceso complejo de relación entre varios sistemas los cuales incluyen la percepción sensorial, memoria, atención, conocimiento, reconocimiento, entendimiento, conciencia, representación, interpretación. (Alberich, 2014)

Si bien la percepción se considera un proceso cognitivo, todavía hay algunos autores que creen que la percepción es un proceso más o menos distinto señalando la dificultad de marcar la diferencia con el proceso de conocimiento.

“La percepción visual no opera con la fidelidad mecánica de una cámara, que lo registra todo imparcialmente: todo el conglomerado de diminutos pedacitos de forma y color que constituyen los ojos y la boca de la persona que posa para la fotografía, lo mismo que la esquina del teléfono que asoma accidentalmente por encima de su cabeza. ¿Qué es lo que vemos?... Ver significa aprehender algunos rasgos salientes de los objetos: el azul del cielo, la curva del cuello del cisne, la rectangularidad del libro, el lustre de un pedazo de metal, la rectitud del cigarrillo” (Arnheim, 1986)

John Locke explica que la mente es una sábana blanca en la que escribe la experiencia y donde la mente es una masa suave que es moldeada sistemáticamente por la influencia de las sensaciones. Por el contrario, el interés Wertheimer demuestra de que la percepción no es el resultado de la recepción y la acumulación de impresiones producidas por el mundo circundante, sino lo que él llama como un proceso de organización psíquica. (Oviedo, 2004) Gestalt Psychology intenta demostrar que la actividad perceptiva no es un proceso causal. exactamente, en la gran cantidad de datos que provocan las experiencias sensoriales (luz, calor, sonido, impresiones táctiles, etc.), los objetos perceptivos solo aceptan información que puede agruparse en la conciencia para generar representaciones mentales.

Según la Gestalt, la percepción no depende de la información de los órganos sensoriales, sino que se encarga de regular y modular las sensaciones. El hecho de recibir indiscriminadamente datos del mundo real implica la confusión del sujeto, quien debe centrarse en los estímulos masivos que proporciona el contacto con el entorno.

Gestalt define la percepción como una tendencia de orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información, después, garantiza que la información obtenida del entorno se pueda abstraer (juicios, categorías, conceptos, etc.).

Guillaume presenta una experiencia experimental clara por Metzger en la que los sujetos se colocan en una pantalla blanca iluminada por un proyector y completan todo su campo visual. En estas condiciones, la pantalla en sí no se ve como una unidad ubicada a una cierta profundidad. El color limpia todo el espacio. (Guillaume, 1964)

El proceso de percepción se puede dividir en tres fases:

**Selección:** percibe los estímulos de acuerdo con sus características personales es decir que interviene, aunque sea de forma inconsciente y la percepción selecciona los mensajes que le llegan, generalmente percibe de forma distorsionada los mensajes, captan solamente los aspectos agradables o los que responden a sus necesidades e intereses.

**Organización:** los estímulos seleccionados organizan y se clasifican en la mente del individuo configurando un mensaje como resultado la escuela de la Gestalt estableció los principios de organización de los estímulos según el agrupamiento contraste ambigüedad etc.

**Interpretación:** esta fase proporciona significados a los estímulos organizados, y la interpretación depende de los factores internos de la persona de su experiencia interacción con el entorno, las funciones principales de los colores y su simbología

Según el precursor del color Goethe, el color es una sensación subjetiva del cerebro y sólo perceptible para aquellos seres vivos con un cerebro suficientemente desarrollado (humanos, primates y algunas especies excepcionales). En realidad, para poder "ver" una escena cualquiera, basta con que exista una fuente emisora de radiación electromagnética que "ilumine" la escena; un dispositivo receptor que capte la radiación reflejada por los objetos y un "procesador" que interprete los resultados. (Heller, 2004)

Gracias a la evolución humana, los colores que conocemos, los relacionamos ahora hasta con emociones; Pérez (2013) menciona que el acto de percibir además de procesar las sensaciones producidas, es el resultado de la unión de

varios elementos constituidos principalmente por los canales afectivos, cargas emocionales, culturales, sociales, valores y costumbres que posee un individuo.

El color está cargado de contenido cultural, dándoles un significado emocional a algo que, aunque podemos tocar y ver es algo que técnicamente “no existe”, lo que existe es la luz, siendo el color un resultado de ésta.

El color, debe señalarse que como, en otros términos, cuenta con diferentes significados. Los físicos lo aplican a las variaciones en las distribuciones espectrales de las luces, tanto si son emitidas directamente por fuentes como si lo son indirectamente reflejadas o transmitidas por objetos. Los químicos utilizan la palabra color para referirse a diferencias espectrales debidas a variaciones en la constitución molecular o en las configuraciones de los compuestos químicos.

### ***2.1.1 Identificar el Origen del Color***

El ojo humano está compuesto por conos y bastones que son las células fotosensibles que nos permiten ver. Hay tres tipos de conos, cada uno sensible a un tipo de luz. Unas rojas, otras bajo luz verde y otras azules.

Isaac Newton (1641-1727) fue el primero en demostrar (1666) que el color no existe. Lo hizo en una habitación oscura, dejando pasar un pequeño rayo de luz blanca a través de un orificio. Interceptó esta luz con un pequeño cristal, un prisma de base triangular, y fue ahí donde percibió que cuando un rayo de luz atraviesa el cristal, se descompone y los seis colores del espectro se reflejan en la pared sobre la que cae el rayo de luz original rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta. por lo tanto, definiremos el color físico como la calidad de los fenómenos visuales que depende de la impresión producida en el ojo, la ausencia total de luz nos dará el negro, o la suma de todas las luces el blanco.

El experto en coloración John Gage ha escrito que cuando Newton “enrolló” los colores en un círculo de nacimiento dos potentes conceptos el primero como que las relaciones entre los colores se visualizan y se memorizan con más facilidad cuando están dispuestos en círculos juntos; el segundo, que con los colores así dispuestos son evidentes las relaciones naturales de los colores espectrales ahí

contenidos.(...) las relaciones recién percibidas dieron origen al vocabulario del color que se emplea hoy en día. (Edwards, 2019)

En 1791 Johann Wolfgang Goethe empezó a estudiar y analizar los efectos psicológicos de los colores. Después diseñó una rueda de color propia que mostraba el impacto psicológico de cada color. Las emociones de alegría e intensidad se desprendieron por los colores en el lado positivo, mientras que el lado negativo produjo sentimientos de desequilibrio y debilidad.

### **2.2.1 Los tipos de Colores y Clasificación**

El color tiene una serie de características con las que podemos diferenciarlos y multiplicarlas al añadir blanco o negro, por esto los colores se clasifican para así darle el mejor uso se clasifican conforme su tono, luminosidad o su saturación.

Tono: es una cualidad del color que nos permite diferenciar cómo nombrar y designar los colores es el estado puro, sin el blanco o el negro agregados.

Luminosidad: determina qué tan claro o qué tan oscuro parece un color, dependiendo a la cantidad de luz que este percibe, es la capacidad de un color para reflejar la luz blanca que incide en él.

Saturación: define que el color, entre más intenso, es mayor el grado de pureza de cada color tienen el máximo poder de pigmentación, aunque no siempre nos encontramos con colores puros estos suelen ser compuestos por mezclas complejas o cantidades iguales de colores primarios, cambiar saturación de un color hay que mezclarlo con un complementario o añadiendo blanco lo que nos da un color neutro.

La intensidad puede controlarse de cuatro maneras. Tres de ellas consisten en la adición de un neutro, negro, blanco o gris, al matiz pigmentario. La cuarta se logra agregando el pigmento complementario. (Gillam, 1970)

Por lo tanto, tenemos una serie de variables que afectan directamente la percepción que tenemos de los colores que son básicamente La fuente de luz., El objeto (tipos de materiales, texturas.) y el sujeto (no todas las personas y los

animales perciben el color de la misma manera). Así mismo se debe tener en cuenta que el color está estrechamente relacionado con la luz y la forma en que se refleja.

La mayoría de los investigadores sostiene que podemos distinguir alrededor de un millón de colores. (BBC, 2015) Nuestro ojo lo percibe a diario y podremos considerarlo hasta común, pero el color también transmite, nos afecta tanto de manera psicológica como físicamente.

En psicología, el color significa un aspecto de la respuesta de un observador humano, una percepción que tiene lugar en el cerebro del observador como resultado de la estimulación visual. En el lenguaje normal el color se asocia con objetos, de modo que el mismo objeto debe tener el mismo color siempre y en todo lugar; así se dice verde césped, rojo sangre. El color también es una palabra familiar y se utiliza indiscriminadamente en cualquiera de los tres sentidos.

(Gilabert., 2002)

## **2.2 Teorías del Color**

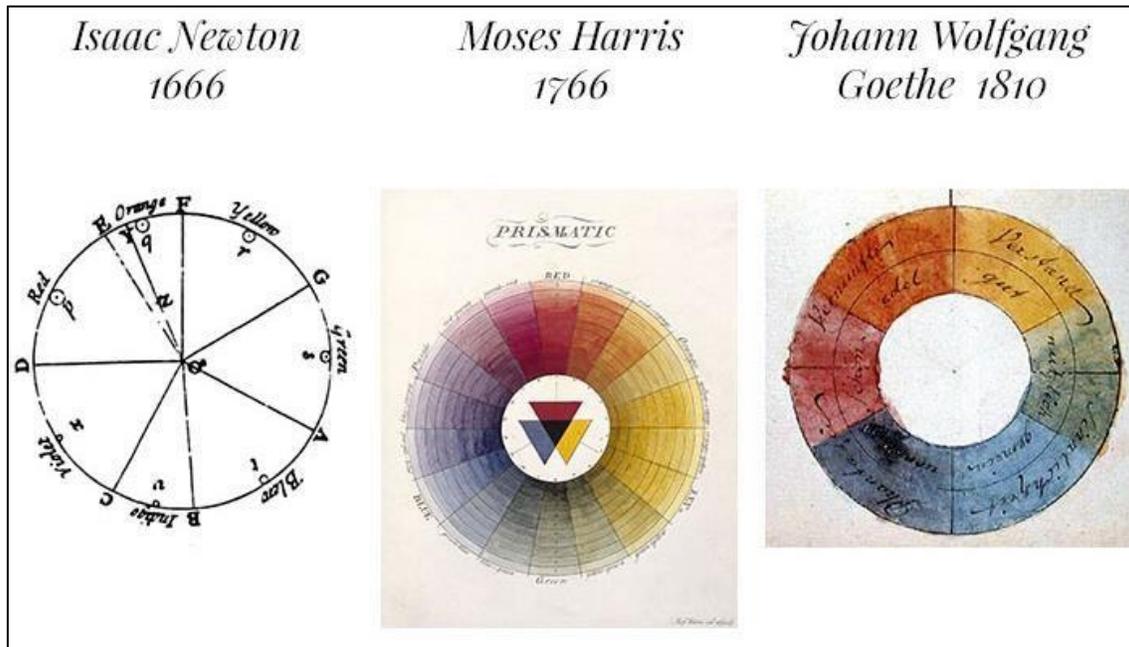
### **2.2.1. El Círculo Cromático**

La rueda de colores es antigua, Alberti usó la rueda de colores en su "*De Pictura*" (De Pictura, 1436), pero los rectángulos y rombos también representan los cuatro colores primarios de su tiempo: amarillo, verde, azul y rojo.

En el siglo XVII, se descubrió un modelo de coloración tradicional con tres colores primarios de rojo, amarillo y azul, y se ha trabajado mucho desde entonces. Por ejemplo, en 1766, Moses Harris redactó un círculo de color de 18 colores basado en el modelo, agregando colores claros y La derivación más oscura incluye una gama más amplia de colores.

Este modelo tradicional, también conocido como RYB (rojo-amarillo-azul), se popularizó en la "Teoría del color 1810" de Goethe, que dibujó una rueda de colores con seis colores: amarillo, naranja y rojo, púrpura, azul y verde, continúan enseñar en el campo de las artes plásticas y las artes gráficas, aunque su uso empírico traerá serios defectos o inexactitudes en la composición del color.

Ilustración 50 Diferencia de Círculos cromáticos



Fuente Adaptado de Círculos Cromáticos, de Marisa Monferrer, 2016, ML Monferrer. copyright

Para entender primero estos términos primero se deben identificar los primeros tres conjuntos básicos de colores que forman una rueda de 12 colores: los

Ilustración 51 Círculo cromático escalonado

© 2018

## 2.2.2. Teorías del Círculo Cromático

2019) Se denomina círculo de color natural al resultado de distribuir los colores de la parte de luz natural alrededor de un círculo, por lo que la mayoría de sus

Fuente Adaptado de  
círculos cromáticos,  
Wikipedia, Wikimedia  
Commons, CC BY-SA  
3.0

primarios, los secundarios y los terciarios.

Los primarios, son tres colores: amarillo rojo y azul mezclando estos pigmentos se obtienen todos los demás colores, no se puede obtener amarillo, rojo y azul mezclando otro tipo de pigmento, así que teóricamente mezclando estos tres colores de maneras en órdenes diferentes se pueden conseguir todos los demás colores existentes.

Los secundarios que son en naranja, el violeta y el verde se llaman secundarios (...) porque teóricamente salen de los colores primarios, el naranja procede del rojo y el amarillo, violeta del rojo y el azul, y el verde, azul y el amarillo.

Los colores terciarios cada uno se obtiene combinando un color primario con uno secundario. Hasta 6 colores intermedios llevan nombres compuestos, qué indican los dos colores de origen: amarillo-naranja, rojo-naranja, azul-violeta, azul-verde y amarillo-verde. (Edwards,



componentes son colores espectrales. Después del advenimiento de la fotografía en color, basado en la investigación de Newton sobre la luz, apareció un modelo más preciso. Este modelo se utilizó en la producción industrial de colores con mayor precisión de representación de cromaticidad, y el modelo RGB y CMYK pudieron derivarse de él. Los colores son: amarillo, rojo, magenta, azul, cian y verde. La forma más común de mezclar estos colores es un círculo de 12

colores, pero puede mezclar cualquier cantidad de colores y crear una rueda de colores con miles de colores. Según el modelo de color aditivo, los colores opuestos en la rueda de colores 2 son opuestos entre sí.

El amarillo es el color opuesto al azul y el magenta es el color opuesto al verde. El color cian es el opuesto al rojo. Según el modelo moderno de mezcla de pigmentos (modelo de color sustractivo), existe una reciprocidad aproximada entre el modelo de color RGB y el modelo de color CMY. Por lo tanto, el color opuesto es: el rojo es el color opuesto al cian. El verde es el color opuesto al magenta. El azul es el color opuesto al amarillo. El blanco y el negro son colores opuestos, pero al igual que el gris, no tienen color (son colores neutros), por lo que no aparecen en el círculo cromático, el blanco es la existencia de todos los colores y el negro su ausencia total. Sin embargo, cuando se combinan el blanco y el negro, se forma el gris y también se hacen marcas en la escala. Esto forma su propio círculo, llamado "rueda de color gris" o "círculo gris". De esta tríada, por ejemplo, no pueden obtenerse los colores llamados "pasteles" que son los que tienen agregado de blanco en diferentes proporciones.

### ***2.2.3. Interpretación del Círculo Cromático***

Las dos teorías más influyentes que han alcanzado hoy con toda validez hablan de que podemos diferenciar estos, dos tipos de color: el color claro y el pigmento del color:

Pigmento de color. Síntesis sustractivas

En los orígenes de las teorías de color, esto se consideró como una cualidad del objeto. Con el tiempo y el progreso en los estudios de luz, concluye que los colores de pigmento se generan por la luz reflejada por algunos pigmentos aplicados a las superficies. De ahí su nombre.

Cuando vemos rojo, es porque se ha excitado el elemento sensible a esta longitud de onda. Cuando vemos amarillo, es porque están excitados con el tiempo verde

y rojo, y cuando vemos azul (cian), trabajan al mismo tiempo verde y azul (azul violeta).

Además, se pueden recibir colores terciarios en los que las tres luces primarias actúan simultáneamente en diferentes proporciones y esto permite que, por ejemplo, una gran cantidad de valores cromáticos son percibidos en la televisión en color.

Este proceso de formación de color, desde el trío azul, verde y rojo básico, es lo que se conoce como síntesis aditiva, y en ella se obtiene cada nuevo color secundario o terciario al agregar las partes correspondientes de los tres fundamentales, siendo cada una de las sumas de color siempre más brillantes que sus partes, con las que se explica por la cual la mezcla de las tres permite obtener el color blanco que está eliminado, el color más brillante. En este caso, de lo que estamos hablando es de color claro.

La Síntesis de tres colores son suficientes (rojo, verde y azul) para obtener todos los demás con puntadas. Estos tres colores se llaman primarios, y obtener el resto de los colores al superponerse a los tres primeros se llama síntesis adicional. Con este proceso, se obtienen colores secundarios: Magenta (azul + rojo), cian (verde + azul) y amarillo (verde + rojo).

### 2.3. Psicología del Color

En 1791, Johann Wolfgang Goethe comenzó a estudiar los efectos psicológicos del color. Aprendiste que el azul emana una sensación de frescor, mientras que el amarillo emana una sensación de calidez. Más tarde, creó su propia rueda de colores para mostrar los efectos psicológicos de cada color. Dividió la rueda de colores en dos partes: del rojo al naranja al lado positivo del amarillo, y del verde al morado al lado negativo del azul. Los aspectos positivos del color exudan sentimientos de alegría y emoción, mientras que los aspectos negativos crean sentimientos de desequilibrio y debilidad.

Amarillo: él un color primario, ha representado en la historia el color el sol, la acción y el poder dando vida a los colores cálidos y fríos. Transmitiendo sensaciones de espontaneidad simbolizando oro poder fuerza siendo el color más alegre del espectro, el más intelectual asociado a la inteligencia el optimismo y la diversión.

Azul: el azul es un color muy introvertido del infinito de los sueños, del mar, el cielo, lo maravilloso y de las emociones profundas. Atraído en su mayor parte por el sexo masculino, lo cual se asocia a la sinceridad suscitando confianza y representada fidelidad.



Fuente Maulucioni, 2016, Wikimedia Commons. CC BY-SA 4.0

**Rojo:** es un color bastante llamativo para el ojo humano. Estimula las fuertes emociones. Acelera el ritmo cardíaco. Expresa pasiones, energía, peligro, pasión, excitación, fuerza, agresividad y dinamismo.

**Violeta:** en la historia ha sido el color más caro y el más difícil de conseguir. Simboliza riqueza, elegancia y espiritualidad. Combinado con el rojo refleja energía y con la azul tranquilidad, su resultado genera meditación y compromiso.

**Naranja:** la suma del rojo con su energía y el amarillo con su alegría y entusiasmo dan el resultado del naranja un color vital, pero a la vez actúa como estimulante para las personas introvertidas y tímidas. Es el color del otoño por sus cosechas, su frescor y productos sanos.

**Verde:** es muy equilibrado por el contenido del amarillo con su emoción y el azul con el juicio. Es el color de los celos y de la locura. Es tranquilizante evocando la naturaleza, la vegetación y la frescura de la primavera.

**Rosa:** es un color muy relajado que influye en los sentimientos convirtiéndolos en suaves y tranquilos, más cuando las personas se sienten algo agresivas. Es bastante femenino porque se asocia a la ternura y la nobleza de las niñas. Nos hace sentir cariño y amor, alejándonos de la soledad y convirtiéndonos en personas sensibles y dulces.

**Marrón:** es un color natural que se encuentra en la madera, en la tierra y en los árboles. Sugiere estabilidad y masculinidad complaciendo especialmente a los hombres, evocando sinceridad y trabajo. Es un color que se viste en el ámbito laboral sugiriendo autoridad. En el ámbito deportivo como el senderismo en la montaña, asociado a los productos alimenticios naturales. Los marrones que contienen negro están relacionados a la riqueza y la seguridad, y los claros a los espacios amplios, denotando tierra y hogar.

**Negro:** es la mezcla de los colores y la ausencia de la luz, asociado al silencio el infinito y la fuerza. Utilizado comúnmente en el ropaje de 50 hombres y mujeres para denotar elegancia y riqueza. Es el símbolo del mal. Significa

muerte, tristeza y duelo. Al llevarlo en la ropa genera visualmente delgadez y altitud por el recogimiento de los colores.

Blanco: es el color más protector de todos aportando pureza, inocencia y paz. Alivia el estado emocional aclarando los pensamientos (mente y espíritu). El blanco en su mayor intensidad genera soledad y frío ya que es un color que separa a las personas. Las novias van vestidas de blanco porque está asociado a la bondad e inocencia de la mujer y de la virgen. El blanco se emplea a menudo en los productos de limpieza y productos lácteos por su gran contenido de pureza y sanidad. Mezclado con cualquier color reduce su cromatismo y pensamientos asociados a la energía positiva y afirmativa del ser humano.

Fucsia: es un color lleno de energía, expresividad y personalidad. Denota vitalidad y entusiasmo, al tiempo que felicidad, afecto e incita a nuestro lado artístico. Pero también dependiendo de su empleo puede ser audaz.

Gris: el gris es la transición del blanco con su pureza y negro con su maldad, es por esto que se relaciona con la separación y el aislamiento. Genera sensación de estar al margen de todo y huir de los problemas y compromisos simbolizando neutralidad puesto que no suscita sensación alguna de color sugiriendo la tristeza de las tinieblas y representando la ausencia de las emociones. (Heller, 2004)

El color tiene una percepción psicológica que influye y evoluciona con todo estilo de vida se le adjudica una cualidad, ya sea social, cultural y hasta personal, teniendo simbologías concretas, esto se refiere al color en todas sus propiedades, nuestro cerebro las interpreta y el impacto cromático tiene una estrecha relación con la psicología y esto juega un papel importante al momento de aplicarlo en el diseño.

A partir de la era antigua se ha empleado el color en pinturas, esculturas y maquillaje, como forma de manifestar el arte y la emoción de las personas. El valor del color radica en sus efectos sobre la percepción y el comportamiento de los seres vivos. Cada color connota un sentimiento o emoción que,

generalmente, acostumbran ser usuales en todos los humanos es por eso que el color ha sido utilizado como forma de expresión, belleza y estética, uno de esos usos, es el maquillaje.

El fin del maquillaje fue continuamente enseñar un aspecto de eterna juventud, y tratar de acercarse el más alto viable al ideal de belleza de la sociedad. Además, se empleaba para mostrar el estatus social al que pertenecías (solo los nobles usaban productos de belleza) puesto que antiguamente tener una piel morena se relacionaba con largas jornadas de trabajo al sol y con el campesinado. Por esa razón, la palidez demostraba que formabas parte de la realeza o las clases nobles

## ***2.2. La Influencia del Color y el Maquillaje***

En cualquier caso, en la actualidad, basta con querer crear un personaje o editar una fotografía y toparnos al querer crear el color de la piel, para comprender que no existe un solo tono de piel, por muchos matices de tono de piel, unos más claros y otros más oscuros, y en varios disfraces que van del rosa tenue al naranja oscuro. porque básicamente somos una variedad incontable.

En el caso de un diseñador visual, un artista fotográfico o un artista necesitamos entender qué tono de piel debes usar en tu tarea o básicamente averiguar sobre los tonos de piel y cómo identificar los subtonos.

En cuanto a los tonos de sombreado de la piel, algunos artistas fotográficos y ellos trabajan bajo una dirección de referencia. En él, algunos descubrimos perspectivas fundamentales para pensar en estos tonos. Al final del día, son los datos generales los que lo dirigirán a captar el tono de piel en CMYK.

Los tonos de piel más nublados tendrán en general altas cualidades de cian, fucsia, amarillo y oscuro. Sin embargo, el valor del cian siempre será el más elevado. En el momento en que se suman todas las cualidades, la fuerza del tono aumenta y para esta situación; tanto el cian como el oscuro sirven para matar el poder del granate y el amarillo.

Los tonos de piel más claros tendrán, en general, cualidades bajas para el cian, además, para el fucsia, el amarillo y el oscuro. Dando la vuelta a la lógica del punto pasado, un tono claro requerirá una mayor cantidad del esplendor del granate y el amarillo, y menos del cian y el oscuro. El valor oscuro está disponible sólo en ciertos tonos de piel. Siempre es deseable utilizar el cian para eliminar diferentes matices. En el momento en que se utiliza la oscuridad, a la luz del hecho de que es espesa, en general matará el estado de ánimo todos los tonos, mientras que el cian crea los correspondientes tonos apagados.

El valor del fucsia será constantemente más bajo que el valor del amarillo (en algún lugar en el rango de 0 y 10% menos), ya que el tono de piel es más amarillo que rosa.

El valor del cian está entre  $1/3$  o  $1/6$  del valor del amarillo, ya que es un alcance adecuado para matar su brillo y producir el tono de sombra que tienen todos los tonos de piel.

El tono de piel de los afroamericanos en general tendrá cualidades más altas en cian, amarillo, fucsia y negro. A diferencia del tono de piel de los asiáticos, que en general tendrá un valor más alto de amarillo. Estos datos nos ayudan a recordar el punto principal: todos los tonos de alta calidad son importantes para producir tonos de piel más morenos. (Delgado, 2021)

La implementación del color en el maquillaje con un elevado grado de abstracción, genera comúnmente efectos de una calidad estética, en composiciones monocromáticas y multicolores, su uso y efectividad comunicacional, constantemente están sujetas al fin expresivo del diseñador y/o maquillista, además del público al cual se dirige, del contenido y el estilo. Al final el color es la tercera variante de la esquematización cromática. En dichos casos, no se pretende resaltar solo la belleza, ni de hacer un maquillaje agresivo, ni más espectacular, tampoco se pretende producir una sensación psicológica, un estado de ánimo ni formular una iniciativa simbólica; ni otra parte. Se trata de utilizar el color en una absoluta independencia de abstracción, el color y los cosméticos son dos

conceptos que damos por hecho que van relacionados, el uso arbitrario del color en el mundo del maquillaje no fue una propuesta de una sola persona, fue una evolución donde las generaciones, clases sociales y oportunidades, dieron un giro tan dramático donde en la actualidad, cualquier persona es libre de aplicar, aprender y desarrollar sus habilidades en el maquillaje.

## CAPÍTULO 3. EL MAQUILLAJE

### 3.1. Historia del Maquillaje

La historia del maquillaje es milenaria. Su aparición se remonta a la Prehistoria, donde los productos de los que se disponía para maquillar el cuerpo humano se limitaban, fundamentalmente, a la arcilla, tierras de pigmentos colorantes y productos hechos rudimentariamente de grasas animales. De la interpretación de las pinturas rupestres, se infiere que las féminas del paleolítico ya utilizaban mezclas para colorear de marrón rojizo diferentes piezas corporales.

Los cazadores y danzantes en la edad de bronce se teñían piezas de su cuerpo humano de rojo y negro, embadurnaban su cabello con arcilla. En los contenedores de huesos hallados, se han encontrado rastros de pastas coloreadas desarrolladas de grasas y óxidos de hierro o magnesio que, se cree, pudieron ser usadas para defender el cuerpo humano de los relámpagos del sol, en ese tiempo prehistórico

Los egipcios fueron excepcionalmente

refinados por su composición:

fueron fabricados en los hipogeos, santuarios o estructuras subterráneas con

la mejor consideración y fueron vistos prácticamente como ungüentos sacrosantos.

Las princesas y las damas más ricas de Menfis y Tebas utilizaron, para dar a su piel la novedad del lirio, el albayalde, que venía de la India. Las damas hebreas también pintaron sus rostros. Judith y Delilah no fueron menos. Holofernes y Sansón pasaron con polvo de plomo blanco toda la

furia. (LACA Cosmética profesional, 2016)

Ilustración 53 Cara de madera de un antiguo egipcio



Fuente de Giovanni ejemplos, 2008, Wikimedia Commons.

Cleopatra es conocida por su delineador de ojos grueso, Todos los hombres y mujeres del antiguo Egipto se pintaban los ojos con polvos negros y verdes. Además de la protección solar, la gente también piensa que este tipo de cosméticos también podrían protegerlos de enfermedades.

La base de las pinturas oscuras fue el sulfuro de antimonio. Para las composiciones blancas se utilizó albayalde, la tiza y el violeta de Tiro. Carmín y cinabrio compitieron por el honor de dar sombra a las mejillas y sonrojar los labios. En cualquier caso, lo más sorprendente es que para preparar los agentes embellecedores más valiosos, los perfumistas utilizaron excrementos de cocodrilo.

Los ojos se ocultaron con la ayuda de un estilete untado con carbón oscuro. (LACA Cosmética profesional, 2016) La costumbre de pintar estaba profundamente arraigada hasta el punto de que todo el material que se utilizó para utilizarlo fue cubierto por la persona que, a lo largo de la vida cotidiana, lo utilizó.

Ilustración 54  
Representación de una geisha acumularon el



Fuente de Gion Seitoku, 1800-1833, Wikimedia Commons.  
CC BY-SA 4.0

En los griegos volvemos a descubrir el gusto por la pintura. En ese pueblo de orígenes tan pretenciosos, tan apegados al sentimiento, no es de extrañar que la pintura haya adquirido inmensas dimensiones. La mayoría de las obras de teatro en Grecia se realizaron con actores cubiertos por máscaras, y tenemos poca evidencia de que el maquillaje tenga un papel central en la apariencia del actor. Más importante aún, en el teatro griego, un actor podría interpretar varios papeles. En lugar de cambiar su apariencia de él, un actor simplemente cambió la máscara para señalar que estaba interpretando a un personaje de reemplazo. Sin embargo, hay alguna evidencia que respalda el hecho de que los actores con maquillaje a base de plomo blanco con detalles en rojo pueden haber aparecido en las primeras

obras griegas. Este maquillaje tóxico sería popular durante cientos de años, tanto dentro como fuera del escenario. Aspasia compuso un libro completo de planes de excelencia en el que elogia las ventajas de la pintura facial.

En el continente asiático encontramos, especialmente entre geishas y maikos. Los personajes japoneses tradicionales usan pelucas y kimonos llamativos, y su apariencia es llamativa. Su tez se hizo primero con una pasta blanca hecha de harina de arroz, luego se vertió aceite sobre su piel y finalmente se delineó el contorno de los ojos de una manera única. Si las niñas se equivocan en alguna parte de este estricto maquillaje, deben reiniciar la difícil tarea hasta que sus rostros se vuelvan perfectos.

En Roma, la gente también disfrutaba de la costosa extravagancia de los productos para el cuidado de la belleza. Se untaban con aceites perfumados, Las mujeres del Imperio Romano usaban maquillaje con plomo para decolorar la cara, y en el siglo XVI, los aristócratas británicos adoptaron esta costumbre. La reina Isabel I es la persona más famosa que usa maquillaje con plomo y lo usa para cubrir las cicatrices de la viruela.

La mezcla de plomo y vinagre utilizada por Isabel I se llamaba mina blanca de Venecia o azúcar de Saturno. Aunque suaviza la piel todos los días, eventualmente conduce a decoloración de la piel, pérdida de cabello y caries.

En estos tiempos también se extraían tonos rojos del vino que al mezclarlos con cera de abeja u otro bálsamo, formaban una crema ideal para darle

tono a los labios. Desde esta época ya se usaban los tintes para el cabello. (FAHRENHEIT°, 2020)

Ilustración 55 Retrato Darnley de Isabel I de Inglaterra.



Fuente de autor desconocido, 1575, Wikimedia Commons. CC BY-SA 4.0

La Edad Media fue muy tranquila, a pesar de que los hechos confirman que existían los ungüentos de la Reina de Hungría. No dejemos de recordar que la Edad Media, anhelaba el desarrollo de la magnificencia profunda más que la de la excelencia real. El hombre debe preocuparse por lograr el gozo en la vida eterna y no por buscar la felicidad en la vida natural, en ese momento, que los productos para el cuidado de la belleza no prosperaron en la Edad Media, a pesar de que hubo algunos planes traídos desde Oriente por los paladines. Poco después, en la hora de los Valois, empezaron a tener un significado específico.

La composición teatral de la época de Shakespeare se hizo a partir de lo que se encontró. La pintura con plomo era popular, tanto como maquillaje preferido por la reina Isabel como para el escenario. El semblante se acentuaba con polvo u hollín. Los corchos se quemaban y solían aplicar líneas completamente negras en la cara o iluminar otras áreas o dar la apariencia de un soldado en batalla. Las barbas falsas también se hicieron populares durante esta época. La mayoría de los teatros estaban abiertos, para que tuvieran luz natural.

Los labios eran un componente primordial que coloreaban con ocre, obtenido de moluscos, entre otros. Como los estándares de belleza romana indicaban que la dama debía tener gigantes ojos y largas pestañas, se empleaban sobras principalmente de color negro o azul, para darle más grande enmarcación a los ojos.

En la era medieval, las damas blancas con pelo negro liso o sutilmente ondulado y cejas bastante marcadas, eran el primer modelo de belleza ideal. Sin embargo, el maquillaje no era realmente bien observado por la ideología cristiana e inclusive se le relacionaba con el pecado. Únicamente se permitía su uso para eventos relevantes y una vez que la dama intentaba conquistar a un hombre con la firme convicción de desposarse. (FAHRENHEIT°, 2020) Entre los hombres, el uso del maquillaje también es común porque simboliza la juventud y la masculinidad, e incluso se utilizan remedios para suprimir la calvicie y teñir las canas.

Catherine de 'Medici, luego de presentarse en Francia, hizo un impresionante maltrato de pegamentos, bálsamos y diferentes fijaciones que ella le preparó para ella, su perfumista número uno, René, el suyo. Tenía como rival de magnificencia a Diana de Poitiers, de quien se dice que tenía un bálsamo soberbio que le permitió mantener sus encantos a pesar de los años.

La corte de Francisco I fue un auténtico concurso de perfumería. Hubo algunas distribuciones sobre agentes embellecedores y Margarita de Valois hizo un inmenso uso de ellas. El cariño por los artículos magníficos era increíble hasta el punto de que incluso las monjas estaban pintadas bajo su capa. Aquí tenemos la constatación de cómo se desarrolló la actitud del hombre renacentista. El teocentrismo de la Edad Media ofrecía acercamiento al antropocentrismo y como el hombre era la proporción, en igualdad de condiciones, no buscaba

Ilustración 46  
La dama del armiño



Fuente de Leonardo Da Vinci, 1498-1491, Wikimedia Commons.

en este punto la satisfacción en la vida sin fin, sino el

deleite en la vida natural (carpe diem). El desarrollo de la excelencia sustancial resultó ser una prioridad más alta que el desarrollo de la vida profunda. Surgió la visión del mundo como una posición de plena satisfacción y la valoración del cuerpo como fuente de alegría. Es coherente entonces que los agentes embellecedores hayan asumido un papel especialmente significativo en el Renacimiento.

En 1700 el oficio de la toilette entró en una época brillante, con una increíble multiplicación de pomadas, aguas y personajes. Limpiaron y perfumaron la frente y utilizaron un color azul para las venas, haciéndolas contrastar con el rosa de la piel.

En ese siglo más caballeresco se habló mucho del amor y los hombres, para exhibir su entusiasmo con aplomo, dependían de las estructuras más

desmesuradas. En el libro *Mujer en el siglo XVIII* hay una expresión que dice que para dar el engaño total de un tormento afectivo pintaban sus rostros con un tono pálido, con una mirada urgente, haciendo una gota con goma arábiga debilitada que daba la presencia de una lágrima gravemente lavada.

No es ningún secreto que el rey Luis XVI participó en el evento de productos de



Ilustración 57 Luis XVI a los

maquillaje y peluquería. (Luis se quedó calvo a la edad de 23 años y luego obligó a la aristocracia francesa a disfrutar de las pelucas. Los hombres de la corte real también pintaron hermosas marcas y las combinaron bien con tacones altos y puños.

Ninon de Lenclos, que dejó una posición de excelencia a lo largo de los siglos, propició la leyenda de que tenía un valioso encanto con el que bendecía a su persona. Algunos eran los individuos que profesaban tener el misterio del agua de Ninón, sus cremas y otros magníficos bálsamos. Fuente de Duplessis, 17541793, Wikimedia -

Commons. Sin

embargo, donde todo el tamaño de las CC BY-SA 4.0

composiciones tuvo su venganza fue en la corte de Luis XVI. Con los polvos, era importante usar enrojecimiento y fue una destreza darse cuenta de cómo poner apenas lo suficiente para que el porte del rostro fuera genial. El colorete, las

moscas y el polvo de malvavisco iban a por todas. Fue el período brillante de la pintura.

Madame Du Barry cometió imprudencias para adquirir de Cagliostro un trato que debía salvaguardar su infancia por la eternidad. En las horas de Luis XV y Luis XVI, señoras y hombres se pintaban, se arreglaban y se ponían moscas, hasta el día en que todo cayó al golpe de la revolución que, como todos sabemos, cambió el rumbo de la historia.

La Enciclopedia de la Belleza, de 1806, ofrece una selección significativa de composición de viabilidad demostrada y eligió con estándares pragmatistas, en comparación con cuando la Ilustración adoraba realmente a la diosa Razón.

La mayor parte de los campeones, sin importar cual fuera su estatus social o monetario, eran verdaderamente excelentes; rostros pálidos, ojos enormes, mirada apática, reflejos frágiles., contorno fino, hábitos suaves y sin esfuerzo. Profundamente planteada, de honorables consideraciones y sentimientos puros. Se trataba de la dama mensajera celestial. Sin embargo, también está su pareja: la dama irracional, equipada para causar las heteras de Grecia; esto iluminó sus ojos dándoles una mirada febril. Las ojeras le daban al rostro ese toque de fragilidad tan buscado. Recordemos que la enfermedad de la época era la tuberculosis y ese aire melancólico y enfermizo que resultaba de ella era buscado morbosamente por la mujer romántica.

A finales del siglo XIX, los polvos ya no se usaban para blanquear la piel, en cambio, se usaban para matizarla. El plomo blanco se reemplaza por polvo de arroz. En esta época, las mujeres honestas usaban el polvo como único cosmético. El maquillaje solo lo usaban actrices y mujeres galantes.

Los periódicos estadounidenses [Ilustración 58 Paquete de arsénico para la cara](#)

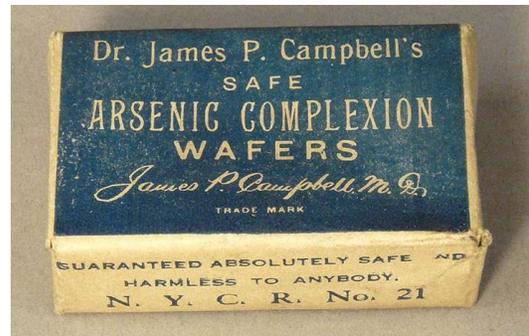
anunciaron gófres enlatados que, si los consumías, darían como resultado eliminar las pecas, las espinillas y otras manchas faciales. Estos productos contienen veneno, pero no es un secreto, como lo anuncia la etiqueta, dice "chips de arsénico para la piel".

trabajan y

Fuente de National Geographic, amp\_author\_box (); 2019 todos los derechos reservados

se

Con la industrialización de la perfumería y la gran cantidad de mujeres que maquillan, han surgido nuevos productos de belleza. Entre 1920 y 1929, los avances químicos contribuyeron a traer un maquillaje que las ayuda a lucir más bellas al alcance de todas las mujeres.



Antes de la revolución, era extraño ver mujeres maquilladas en el campo, no fue hasta la década de 1920 que empezaron a usarlo.

La influencia de los franceses y la llegada de las tendencias mundiales han impuesto la moda, especialmente la apariencia de moda del baffle, el pelo corto, el rico maquillaje y los gruesos labios rojos. Este es el punto de partida.

Sabemos que el origen del maquillaje ha entrado en los años 10 del siglo XX. El desarrollo de los cines se ha vuelto cada vez más importante, y como resultado ha creado un modelo de belleza y cosmética que todas las mujeres aspiran a lograr. Fuente Adaptado por Estefani



Estrada, Siglo XIX,

Wikimedia Commons. Obra de dominio público. Durante décadas, las actrices jugaron un papel muy importante en el maquillaje, peinado y estética, y su estilo sería el más imitado del mundo.

Los productos *Max Factor* comenzaron en los Estados Unidos, un salto del cine al público en general. La base de maquillaje es muy ligera y empolvada y todo el contorno de los ojos superior e inferior están marcados en negro, además, las cuencas de los ojos estaban borrosas hacia arriba y el tono varía de negro a rojo o morado. La parte interior usa tonos blancos y el rubor usa rubor rosado. Utilizando un lápiz para aplicar el rímel y las cejas.

El maquillaje en el siglo XX estuvo marcado por la consolidación de la industria cosmética y otros fenómenos sociales, como el auge de los medios, el cine y la publicidad, que establecieron diferentes modelos de belleza según cada época.

Después de la segunda guerra mundial, el maquillaje se volvió más delicado y suave. Se utilizó la base de maquillaje que era similar al tono de la piel. Los colores de la sombra de ojos y el rímel se combinaron en azul o verde, con cejas gruesas

Ilustración 50 Fotografía de la modelo Twiggy



Nota: Se convirtió en un icono de la segunda mitad de los años 1960, incluso fue nombrada como "el rostro de 1966 de, 1960, The look. Obra de dominio público.

y colores ligeramente curvados. Rubor claro y labios rojos. Con el movimiento hippie de los 60, pasó del rojo intenso en los labios en los 50 al rosa claro. Además, el uso de tonos azules, rosas o blancos para los ojos. Los conocidos punk manejaban 70 colores ácidos,

estándares de la belleza han cambiado, y ahora la moda ha arreglado perfectamente el cabello rizado y el maquillaje súper exquisito, haciendo que María Félix y Silvia Pinal y otras actrices destacadas se destaquen.

En la década de 1980, todo era glamoroso, muy influenciado por el cine y la cultura estadounidenses. Esta tendencia ha continuado hasta el presente. Además del hecho de la globalización, ahora es más fácil para nosotros tener productos de todo el mundo para ayudarte a conseguir una apariencia llamativa.

Actualmente, México es el tercer consumidor más importante de maquillaje a nivel mundial y sigue creciendo su industria, creando marcas mexicanas que exportan a más de 100 países.

Conociendo la importancia y el significado de los colores, muchos hombres y mujeres de la antigüedad decoraron

delineador de ojos muy evidente, líneas que sobresalen de los párpados y rímel muy rico en colores y grosor. En la década de 1980, dominaban las sombras y los colores intensos, el delineador de ojos era muy obvio y las cejas eran anchas y claras.

El maquillaje ha sido una forma de expresión en distintas épocas, y muchas personas lo han utilizado como signo de rebeldía.

En la época dorada del cine mexicano, los

Ilustración 61 María Félix en el rodaje de la película La diosa

sus cuerpos con colores brillantes. En otras palabras, los humanos han utilizado durante mucho tiempo el color como un agente embellecedor para resaltar ciertos aspectos de su anatomía.

Desde la antigüedad, los colores se han utilizado en pinturas, esculturas y maquillajes para expresar el sentido del arte y la humanidad. La importancia del color radica en su impacto en la percepción y el comportamiento humanos. Cada color representa un sentimiento o

emoción comúnmente compartida por los humanos. Por tanto, los colores se han utilizado de diferentes formas desde la antigüedad. Uno de los principales usos es el maquillaje.

arrodillada

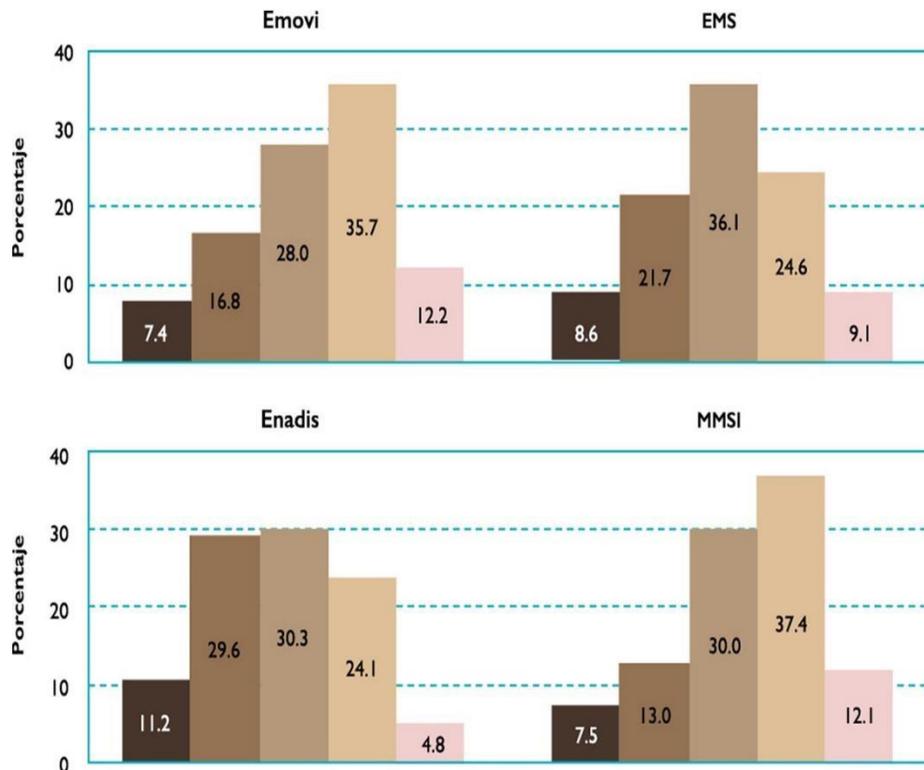


Fuente Adaptado de Mondadori Imagen, 1947, Wikim edia Commons. Obra de dominio público.

### **3.2. El Tono de Piel Mexicano**

El tono de piel que se destaca entre los mexicanos, conforme con la *Emovi* y el *mmsi*, es el moreno claro (alrededor del 36%). En la situación de la *ems* y la *Enadis*, es el tono intermedio (entre 30% y 36%). Pese a estas diferencias, puede afirmarse que el tono de piel de bastante más de la mitad poblacional se halla en un tono medio; o sea, de intermedio a moreno claro, sin que importe si ha sido autorreportado o reconocido por el encuestador. Generalmente, los resultados entre la *Emovi* y el *mmsi* son los más semejantes, lo que podría atribuirse a la metodología de identificación del tono. Según estas mismas encuestas, en la situación de los tonos extremos cerca de 7% de los mexicanos tiene un tono de piel moreno oscuro y el 12% identifica su tono como blanco. (Campos, 2021)

Ilustración 62 Población mexicana por tono de piel



Fuente Con base en la escala PERLA se reagruparon los colores así: blanco (1 a 3), moreno claro (4), intermedio (5), moreno (6), moreno oscuro (7 a 11), de Raymundo M. & Carolina Rivas, 20152017, INEGI. CC BY-NC-ND 4.0

La diferencia entre un tono y un subtono es simple. El tono es el color cambiante que puede tener tu piel en diversas situaciones: es dependiente del sol, la ingesta de alimentos y la genética, y el subtono es el matiz específico que tiene tu piel; es una tonalidad que está bajo el área de la dermis, además que no se altera.

Hay 3 subtonos de piel diferentes: el cálido, el gélido y el neutro, dichos no poseen nada que ver con los tonos de piel. De esta forma, una piel oscura puede tener un matiz más gélido, más cálido o más neutro. Cada piel es distinta, y por esa razón es fundamental saber cómo es la de cada persona

Un truco para saber el subtono de piel es mirar las muñecas: ¿las venas que se ven por medio de la dermis son más azules, más verdes, o un punto intermedio? Si se ven azules, significa que tiene un tono de piel que tiende al gélido. Si las ves

verdes, entonces es cálido. Si no es claro el color que predomina, es probablemente el subtono sea neutro.

El folio blanco es donde se debe intentar con la cara limpia, situar un folio en blanco detrás del cuello. Después mirar en el espejo si tu piel del cuello consigue un tono amarillento al contrastarlo con el blanco, el subtono tiende a ser cálido. Si la piel se ve más rosada, entonces es gélido. Si no muestra inclinación por ninguno de dichos 2 tonos, entonces el subtono de piel es neutro.

Bajo el sol, el bronceado simple frecuente darse en los tonos de piel cálidos, en lo que el enrojecimiento les ocurre a las tonalidades más frías. Si, sin embargo, varias regiones de tu piel se enrojecen y otras se broncean, el tono va a ser el neutro. (Maybelline New York, 2020)

### 3.2.1. El Color de Cabello

El color del cabello es el resultado de la pigmentación debida a la agregación a la

de queratina del cabello de unas sustancias químicas de naturaleza fenólica llamadas melanina. Hay 2 enormes tipos, las eumelaninas derivadas del aminoácido tirosina por medio de oxidaciones y las feomelaninas, que tienen dentro compuestos de azufre conjugados con el anillo aromático de la tirosina. Generalmente, cuanto más eumelanina se



adiciona, más oscuro es el color del cabello; Fuente, de Todo sobre cuanta más feomelanina, más claro. El color

Derechos reservados

de cabello de una persona puede además modificar con la era y puede llegar a ser de color gris o blanco, canoso, por la pérdida de la capacidad parcial o total de

crear melanina en los melanocitos de los bulbos pilosos para transferirla al cabello en incremento. Hay considerables diferencias en color y textura entre gente de la misma raza, en especial la blanca.

Con el multiculturalismo y el mestizaje, las propiedades del cabello en muchas naciones se han mezclado con la hibridación de letras y números.

Aunque en la actualidad muchos cambian su color de cabello a diferentes tonos, incluso más de un tono en la misma cabellera, solo existen algunos colores de cabellos naturales:

**Pelo castaño.** Este es de los colores más frecuentes en el planeta, variando en tonos de más claro a más oscuro por la existencia de pigmentos oscuros, como de la eumelanina y presencia de pigmentos pálidos, como la feomelanina, predominando el primer pigmento por sobre el segundo.

**Pelo negro.** Pese a ser percibido como negro, realmente su tonalidad es de un negro-marrón oscuro. La existencia de eumelanina es mucho más grande que en la situación anterior, logrando ser un pelo más grueso.

**Pelo rubio.** Los pigmentos oscuros en el pelo rubio son menores, mientras que los claros predominan, reflejando colores como el dorado o ceniza, sin embargo, por igual algo más oscuro sin llegar a ser parte de los castaños.

**Pelo pelirrojo.** Se trata del pelo menos común que tienen los individuos, teniendo un color que va a partir del rojizo fuerte, hasta el naranja, siendo el resultado de escasa eumelanina y mucha feomelanina.

**Pelo canoso.** Sin importar el color de pelo que se tenga, ni en el tamaño en que se envejece, todos cambian progresivamente a un color gris, como resultado de la falta de melanina.

**Pelo blanco.** Son los individuos que padecen de albinismo las que acostumbran tener un pelo blanco, considerándose como un color extraño, que además se muestra por herencia genética o condiciones médicas.

### **3.3. El Color y su Aplicación en el Maquillaje**

Cuando hablamos de maquillaje, no importa qué tipo de cosméticos se encuentren desarrollando, los colores requieren ser medidos en cada fase del proceso para que el producto final resalte la belleza del cliente.

Los cosméticos son definidos por la *FDA* como productos que se ponen en la dermis humana para “limpiar, embellecer, impulsar actividad, o alterar el aspecto.” Para lograr destacar el aspecto del cliente, el maquillaje debería ser de alta calidad. Los productores, por consiguiente, requieren conocer qué componentes tienen que ponerse en los cosméticos. Analicemos qué es lo cual se aplica en los diversos tipos de cosméticos:

En los EE.UU. la máscara es principalmente coloreada con carbón negro. Para los demás colores como el marrón, se usa principalmente óxido de hierro, los pigmentos inorgánicos tienen la posibilidad de generar bases púrpuras o azules. Desde allí, la mayor parte de las compañías utilizan emulsión, expulsando pequeñas gotitas de líquido insoluble en otra sobre agua y espesantes para producir una crema. Pigmentos y ceras se mezclan hasta que gigantes partículas se rompen para que la máscara sea del color apropiado y no dañe los ojos.

Para la creación de labiales, al inicio, se mezclan aceite y cera, se mezcla el pigmento de color y una solución solvente, después que se mezclan por horas y se ajustan, la fórmula es puesta en tubos de lápices labiales para que se enfríen y logren obtener la manera final.

Al igual que ambos modelos anteriores de maquillaje, dichos modelos se realizan a base de aceites y pigmentos. Principalmente se añade fragancia para reducir cualquier tipo de mal olor de los componentes. Desde allí, lo cual se incluye es dependiente del tipo de producto. Varios productos nuevos son sensitivos a la dermis, por lo cual no integran componentes que tienen la posibilidad de ser agresivos para la piel.

Hay ciertos beneficios que notarás al ejercer la colorimetría como resaltar los matices propios de cada tipo de piel y posibilita hacer combinaciones de diferentes

colores, alcanzando una sincronía correcta entre maquillaje y el tono de piel. Crear nuevos puntos artísticos por medio del color, a la vez que impactas el destruido a medida que y resaltas aspectos propios del rostro. También te deja jugar con los efectos de iluminación y degradación de los colores, construyendo maquillajes impactantes.

En cada una de las armonías cromáticas tienen la posibilidad de distinguir 3 colores:

Color tónico. Es el que interesa la atención, siendo el más vivo.

Color dominante. Ocupa una más grande área, y paralelamente hace que el color tónico destaque.

Color mediano. Se usa para reblandecer el contraste entre el color tónico y el dominante. Para eso se usa un color que sea similar o bien uno que se encuentre conectado con el tónico.

Las primordiales propiedades del maquillaje de caracterización de teatro es la implementación de la técnica del claroscuro, que se elabora modelando el rostro con tonos claros para ofrecer volumen, señalar, agrandar y destacar. Con los tonos oscuros se consigue profundizar, esconder y minimizar, de esta forma se llega a dar cuerpo al personaje que el actor va a representar, como un envejecimiento, un personaje histórico, un vagabundo o cualquier personaje que la obra representada ocupe.

Es un maquillaje con las facciones del rostro bastante exageradas y a la vez realmente bien trabajadas, ya que existe una determinada distancia entre el escenario y el público. Tiene que llegar a apreciarse a partir de las últimas gradas del teatro. Como alumnos del curso de caracterización y maquillaje profesional explicaremos los conceptos básicos del maquillaje teatral.

La iluminación en el escenario es muchísimo más fuerte que la iluminación del exterior. Dicha luz tan profunda causa que las propiedades faciales pierdan magnitud. Esto provoca que los semblantes de los actores se vean planos. El

maquillaje teatral tiene suficiente pigmentación para asegurarte de que la cara y todos sus aspectos se vean como deberían.

La distancia de perspectiva a la cual una persona ve a la otra es mucho más grande en el teatro que una vez que los individuos poseen conversaciones en la calle cara a cara. Cuanto más enorme sea la distancia entre el escenario y el público, más complejo es reconocer los rostros de los actores. El maquillaje teatral es utilizado para que, inclusive, aquellos que permanecen sentados en las filas traseras del teatro, logren ver el rostro del actor. Una vez que los actores permanecen en el escenario, bajo de las luces, transpiran intensamente, esto ocasiona que el maquillaje regular se corriese y se manche, sin embargo, el maquillaje teatral está elaborado para ser resistente. Aun cuando el maquillaje teatral es más denso que el maquillaje casual, está pensado para ser suave con la dermis.

En algunas ocasiones, es utilizado para destacar las propiedades del actor, y además para disfraces específicos. Existe cualquier maquillaje de teatro que es utilizado para envejecer los aspectos de los actores o si es la situación de una persona más grande, rejuvenecerla. Además, hay casos especiales en los cuales el maquillaje es el disfraz, como las criaturas o los extraterrestres. Etc.

En la aplicación del maquillaje teatral es fundamental destacar y marcar el contorno de los aspectos faciales, con tonos claros y oscuros, darán magnitud y carácter al rostro, por otra parte, la aplicación de una base más oscura evitará que la lucen eviten un rostro pálido, y la audiencia visualice el rostro a distancia. Cuando estamos hablando de un escenario tan grande como lo son los de teatro los ojos son primordiales en el teatro para ofrecer emoción. Tienen que exagerarse, tienen la posibilidad de ser más resaltados y coloreados que otras zonas del rostro. La utilización de pestañas postizas es un instrumento positivo para ofrecer hincapié a los ojos. En el área de la boca, ejercer un labial más oscuro o más brillante ayuda a destacar los labios. Concluir el maquillaje de maquillaje con la aplicación de polvos translúcidos, ayudará a la fijación de maquillaje y evitará los brillos gracias a las luces.

El ser humano a través de la historia demostró que ningún experimento político pudo ni va a poder desaparecer el eterno instinto humano y natural de expresarse, convertirse, virtualizarse y trascender por medio de la construcción artística. Han transcurrido milenios de un comportamiento nuevo comprobado y ninguno de ellos ha transcurrido sin que nuestra vida sea el interrogante que queremos solucionar y nuestro estado de permanecer, el arte ha estado acompañándonos más que cualquier otra manifestación de nuestras propias habilidades de expresión desde la antigüedad y hasta el momento. Nos encontramos en un momento donde las tendencias de maquillaje cambian cada mes y otras regresan del pasado para dar un segundo debut.

## **CAPÍTULO 4. CREACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO PARA MAQUILLARSE**

### ***4.1. Metodología de Diseño***

El Modelo General del Proceso de Diseño es la metodología dedicada a la revisión general de los diferentes procedimientos de diseño, de los diferentes diseños, gráfico, industrial, de interiores, arquitectónico, etcétera. Entre los contenidos del programa está la exploración de diferentes procedimientos para el proceso de diseño. Uno de los principales procedimientos que se revisan es el del Modelo General del Proceso de Diseño, debido a que fue un eje importante del modelo Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco. Hablamos de ejercer en ciertos de los ejercicios de estudio para probar su factibilidad durante el siglo XXI y tiene como objetivo beneficiar el proceso de enseñanza-aprendizaje del diseño desde un modelo que fue polémico, pero que demostró ser servible por medio de los años de antigüedad de la UAM, y que se puede ejercer en el proceso metodológico de ciertos casos de diseño, especialmente en el de identidad social, entre otros.

El caso: tiene otros pasos secundarios para lograr llevarse a cabo de la mejor forma, uno de ellos es el propósito primario de la etapa, el cual se apoya en examinar, los criterios socio-históricos, los datos significativos del fenómeno para ser usados por la óptica del diseño en su futura contestación formal. Esta indagación y estudio del fenómeno posibilita cuestionar críticamente la viable colaboración del diseño. Otro de los pasos que debería llevarse a cabo en la situación es el marco teórico, el cual consta de aquel estudio de los indicios importantes del fenómeno en cuestión. La preparación de un marco teórico, apto para la averiguación del fenómeno y la definición estricta de sus exigencias, ha de

ser resultado de un extenso trabajo interdisciplinario, al que el diseño recurre e interviene a partir de sus fines proyectuales. En cuanto al trabajo interdisciplinario se manejan 5 superficies concretas: sistema físico ambiental, sistema histórico cultural, trabajo interdisciplinario, sistema económico social, sistema científico tecnológico, sistema administrativo organizativo, otro paso a continuar es el desarrollo metodológico de etapa el cual se hace por medio de un estudio del caso radica en mirar, levantar y acomodar los datos importantes a partir del marco teórico interdisciplinario de acuerdo con la óptica de los metas operativos del diseño. Ciertamente este proceso es algo extenso y cíclico relacionando diversos inconvenientes y demás cosas que no diga aquí, sin embargo, tenemos la posibilidad de mencionar que en la situación es se aíslan diversos inconvenientes detectados y se relacionan entre sí para obtener conjuntos de ellos, estableciéndose una composición general.

Problema: Los resultados de la etapa del caso conforman el material primordial para conceptualizar el problema de diseño, sus fines primordiales son:

Establecer con exactitud los parámetros concretos del campo real donde se efectúe la observación, colección y estructuración de nuevos datos, elegir y estructurar lógicamente la Teoría del Diseño, estructurar el problema como un grupo de requerimientos representados por datos lógicamente organizados para su interpretación en el lenguaje del diseño.

En este punto además debemos tener bien en claro que el diseño necesita información de otras disciplinas una vez que está estructurando el problema que sus fines particulares tienen la posibilidad de solucionar. Todo problema de diseño está inserto en una disciplina más grande en la cual operan otras; no obstante, la particularidad del diseño, en este conjunto interdisciplinario, se apoya en la capacidad que se tenga para captar y prever contingencias. Además, debemos tener en cuenta que proponer una totalmente nueva elección en diseño necesita una adecuada formulación del problema individualizando sistemáticamente una secuencia de exigencias de funcionalidades que cubren la serie de exigencias y de maneras que correspondan a las funcionalidades o necesidades a cubrir.

Propiedades en general del problema son:

- Se busca crear conjunto por conjunto alternativas de solución
- La estructuración corporal de requerimientos específicos para cada disciplina del diseño constituye la decisión del problema
- Los datos integran el criterio de diseño para su interpretación y solución
- Dependiendo de la porción y dificultad de los datos importantes se busca interrelacionarse y agruparlos en subconjuntos.

La definición del problema concluye cuando los requerimientos para solucionar el estado de disfuncionalidad detectada. Esta funcionalidad deseada no tiene relación con los puntos puramente físico mecánicos que un objeto debería consumir. Fue suficientemente discutido tal acercamiento, más que nada por su tendencia simplista a descartar necesidades que no logren ser evaluadas objetivamente.

Para la decisión de las conjeturas; son reunidas en muchas de ellas las cuales cumplen con las condiciones de todos los requerimientos detectados. De éstas se selecciona mediante una evaluación la suposición de trabajo para ser implementada y elaborada en la fase de plan. Si hasta esta etapa el trabajo del diseñador pide estudio, descomposición y división para identificar al final el desequilibrio y por consiguiente el problema a solucionar mediante un objeto diseñado, la etapa de la premisa, por otro lado, integra, une y compone los recursos formales del objeto postulado. La conjetura concluye al determinarse la elección que, como consecuencia del estudio llevado a cabo en esta etapa, el diseñador selecciona para desarrollarla. Las características primordiales son:

- Se escogen las más viables en todos los puntos para resolver la composición del problema.
- Se analizan y resuelven los sistemas semióticos, servibles, constructivos, estéticos, económicos, etcétera.

- Se aplican procedimientos y técnicas de diferentes campos, en particular de lo connotativo, en cuyo funcionamiento radica el fin innovador y formal del diseñador.

En la etapa del proyecto, la relación con los procedimientos y las técnicas de las especialidades que van a llevar a cabo en la verdad la conjetura de diseño es total y de acción inversa a las anteriores. En impacto, por el momento no son las auxiliares las que sirven para fijar criterios al diseño, sino que ahora es el diseño el que da los criterios y los datos que cada técnica necesita para el desarrollo de la parte que le corresponde llevar a cabo. El diseñador lleva a cabo un grupo integral de planos, maquetas y simulaciones usando el código tecnológico y específica en ellos todos los datos que las técnicas necesitan para desarrollar sus propios procedimientos. El diseñador obtiene de ellos los desarrollos de las piezas asignadas a cada uno, decodificando y recodificando cada plano en su propio lenguaje, contrastando lo postulado en cada parte con las ideas originales de la premisa. En la fase de esta última resulta por consiguiente imprescindible que el diseñador prevea la acción de las técnicas para evadir contradicciones en la utilización y que se incluyan, asimismo todos los datos que cada técnica necesita del diseño.

Realización: teniendo como base el plan la siguiente y última etapa del proceso corresponde a la ejecución material de la iniciativa. Propiamente el diseñador es quién lleva a cabo la supervisión, dirección del plan y la producción del objeto.

Esta fase y fundamentalmente todo el proceso hasta cierto punto termina una vez que el objeto diseñado es usado por el conjunto humano destinatario, con base al uso mismo, se aseguran los planteamientos totales. En la situación de un inmueble ya culminado y en óptimas condiciones para que la población logre habitarlo sin problema alguno.

Es fundamental que éstas se basen en conceptos bien definidos, que sean lo menos abstractos probables, para que se conviertan en recursos que se proyecten en imágenes, o sea, que se traducen en signos visuales con facilidad por medio

de una matriz de diseño. Para esto se proponen frases enteras, con conjetura, basado en lo anterior, se establecen las medidas que deberán ofrecer una viable solución a los inconvenientes planteados. Primero de forma reflexiva y después por medio del funcionamiento de los conceptos pertinentes. En el desarrollo de la matriz de diseño con Iniciativa de 3 alternativas, es importante tener especificación y justificación de las 3 propuestas visuales para las conclusiones, aplicación de las propuestas de diseño y sus cambiantes.

Es fundamental utilizar de forma impuesta, para conocer uno de los más rígidos procedimientos para diseñar, explicar que se debería colocar hincapié en las 3 primeras fases, en el caso, problema e hipótesis, debido a que son las etapas teóricas y las próximas etapas, proyecto y realización, son las etapas prácticas y son efecto de las primeras.

#### ***4.2 Desarrollo del Material Gráfico (Lenguaje Audiovisual)***

Una vez que el proyecto tiene las bases, los conceptos y conocimientos, podemos pasar al proceso de producción, es notable que con el lapso de los años pareciese que los recursos digitales son la única manera de innovar, siendo primordial la voluntad de los productores de poner sus proyectos, ideas o publicidad al nivel de las solicitudes del público, competir en los mercados de todo el mundo y disponer de expertos, tanto técnicos como artísticos que, a pesar de dar por sentado un incremento fundamental del coste del proyecto, deben darle un valor añadido (Fernández & Barco, 2010) sin embargo las etapas para la producción de un proyecto siguen siendo necesarios; hablamos de la preproducción, producción y postproducción; En la preproducción podemos distinguir etapas como:

La concepción de la idea a partir de una necesidad planteada: En la concepción de la idea, surge la necesidad de definir qué tipo de material necesitamos: un brochure, un afiche, una hoja volante, etc. Además de un estilo gráfico debido a que son un conjunto de características que componen un diseño y que tienen relación gráfica entre sí para conformar una todo armónico, entre ellos distinguimos el color, la tipografía, formas básicas, retículas, etc. También

podemos distinguir estilos minimalistas, pop art, entre otros. El tipo de material que definamos según nuestra necesidad también va a definir ciertos elementos del estilo. Por ejemplo, un brochure puede contener más información que un afiche y un afiche contener una o más imágenes, más representativas que las de brochure.

En este punto también se definen algunos aspectos como: columnas de textos, imágenes, formato, etc. También es importante definir el medio en que se va a publicar: prensa, web o si es una publicación impresa, porque esto define algunos aspectos importantes en el proceso clave del diseño. El público objetivo también juega un papel importante, y la definición del mismo es parte de la concepción de la idea. Cuando ya se tiene una idea de la colocación de los elementos en el plano, se debe definir el estilo.

El estilo gráfico es una secuencia de propiedades morfológicas definidas para los diferentes recursos que conforman una pieza de comunicación. Ejemplo de eso es el procedimiento de las imágenes, el estilo de las fuentes, las gamas cromáticas, el uso de iconos, su grado de abstracción, la utilización de texturas y los formatos que se aplican entre otros, como las fuentes a utilizar, la elección de esta puede ser por el método cerrado, directo o abstracto.

El proceso de bocetaje es un dibujo en 2 o en 3 magnitudes, llevado a cabo a mano alzada sin usar artefactos de dibujo, con el que se pretende representar la iniciativa de un objeto. Un boceto puede contener cualquier tipo de anotación. Los bocetos técnicos además tienen la posibilidad de sombreadarse o colorearse, sin embargo, no es recurrente.

El proceso de bocetaje, es sin duda, uno de los pasos más importantes y básicos en la producción de materiales gráficos, porque es el punto de partida del siguiente proceso puede ser muy amplio o simplemente puede consistir en plasmar algunas ideas en un trozo de papel o libreta destinada para bocetar. Los bocetos nos deben dar una idea de la colocación de algunos elementos en el plano como:

imágenes, textos, logotipos, etc.

Además, se debe definir la paleta cromática, es decir qué colores se van a utilizar. Para ello, es importante conocer el significado del color (psicología del color), porque si deseamos representar la paz no podemos utilizar rojo, en este punto también se define una retícula, que es la subdivisión del espacio en campos o módulos más pequeños para el posicionamiento de los elementos, texto e imágenes en la página. La retícula es una estructura virtual que proporciona el marco necesario, para lograr la unidad de la página. Además, el estilo gráfico tiene una estrecha relación con la comunicación institucional porque ayuda a fortalecer la imagen de una Institución, además, ayuda a que el público objetivo identifique a la misma de las demás. Es por esta razón que una Institución debe tener un estilo gráfico definido y proveer parámetros que nos recuerden en cada pieza, que estamos hablando de una misma institución. Estos parámetros pueden ser líneas, barras, colores, fuentes, etc.

El proceso de producción consiste en el desarrollo del diseño del material mediante una herramienta digital. Existen diversos programas que nos pueden servir, entre ellos: *Illustrator*, *Photoshop* e *InDesign*.

En el proceso de producción se distinguen varios pasos: previamente se había definido el tipo de material a diseñar, lo importante es colocar las medidas exactas al nuevo documento, además se debe colocar la resolución correcta y modo de color: si es un material impreso se debe utilizar entre 200 y 300 dpi, ahora bien, si es un material para pantalla o web, se debe utilizar 72 dpi. Para finalizar, el modo de color para un impreso que sería CMYK y para pantalla RGB.

El último paso para la producción de materiales gráficos es la postproducción, básicamente, ésta la realiza el lugar en donde imprimen los artes finales. Pero se debe saber que previo a enviarlos, los artes están guardados en el tipo de archivo correcto. El tipo de archivo más indicado es el PDF. Aunque si se trata de una valla o arte de gran escala, se utiliza el TIFF.

Hay que asegurarse que las fuentes vayan rasterizadas o convertidas a curvas. En *InDesign* se puede realizar un “*collect for output*” que consiste en recopilar todos los elementos de su arte como: fuentes, imágenes, etc. En una carpeta.

El proceso de tres etapas permite reorganizar temporalmente secuencias de imágenes, componerlas en un mismo espacio y modificar fragmentos de una imagen personal, hacer enmascaramientos, fundidos, encadenados, mezclas, variaciones por velocidad, reposición de recursos, efectos especiales y animación.

Todos estos procesos se pueden hacer de forma paralela, rompiendo los esquemas de la subdivisión de la postproducción.

El desarrollo tecnológico ha implicado un cambio rotundo para el cine es “lo digital”. Desde la llegada de la televisión y del vídeo, el cine ha tenido que desafiar a nuevas lógicas de producción que, de un modo u otro, han afectado las propuestas narrativas y estéticas que poseía.

La tecnología digital y su lógica de producción no lineal en montaje, permiten tener un visionado del producto final durante todo el proceso, sus características referentes a la inmediatez, al almacenamiento y sistematización de datos facilitan la fase creativa y semiótica. Su naturaleza virtual permite el copiado y reconstrucción de imágenes mediante procesos cortos, principales y sin comprometer a la imagen original. El trabajo en ordenador implica un cambio de lógica de producción que puede modificar la estructura de los procesos de producción. Previamente el montaje y los efectos especiales eran actividades claramente separadas. Con la llegada del ordenador esta división se da por concluida.

En el lenguaje audiovisual utiliza códigos, al igual que el lenguaje escrito tienen como objetivo facilitar la expresión de ideas y comunicación de mensajes, por eso es importante conocerlo para poder escribir y poder expresar a partir del lenguaje escrito. El lenguaje audiovisual también tiene un abecedario, adopta códigos que, si los conocemos, podemos expresarnos mejor a través de este medio de

comunicación. Se tratan de tres tipos básicos de códigos dentro del lenguaje audiovisual. En primer lugar, son los planos cinematográficos, los cuales se refieren a la cantidad visible de un personaje o de un ambiente dentro del encuadre, es decir, cuánto podemos ver del personaje o cuando el ambiente será la perspectiva física visual de los personajes, objetos o elementos, relacionadas con la planeación entendamos el plano como la unidad fílmica y la idealización el ejercicio de recortar la verdad que se filma en planos.

Una sutil diferencia entre cine y teatro; en las artes escénicas poseemos una estructura genérica de la representación en lo que, en cine, por medio del primer plano, conseguimos un acercamiento al ámbito íntimo o íntimo-privado de los protagonistas.

Basado con la proporción áurea del cuerpo humano, el plano más alejado, se conoce como *Full Shot*, que va desde los pies a la cabeza, en este plano podemos ver completamente el cuerpo del personaje y nos sirven mucho cuando queremos expresar cuestiones que tengan que ver con las manos, con los movimientos del personaje. No vemos tanto la cara entonces, las expresiones de la cara quedan un poco alejadas, funcionan muy bien cuando hay una acción, que queremos ver completa del personaje como sería un personaje corriendo o un personaje siendo algo físico.

El siguiente sería el *Medium Shot*, que va desde la cintura hasta la cabeza, en este permitimos poder ver movimientos físicos de las manos o del personaje en general, pero estamos más cerca de la cara, lo que genera que el espectador pueda identificarse más con el personaje, estar más cerca de la cara sirve para que el espectador se identifique más con el personaje porque, sería como si estuviera platicando con él frente a frente.

El plano que se conoce como *Medium Close Up*, es el que va desde abajo de los hombros a la mitad del pecho hasta la cabeza, este es muy usado cuando hay una conversación entre los personajes, donde la expresión es lo más importante que

queremos resaltar, pero, al igual no queremos ser tan invasivos como serían los planos todavía más cercanos.

Por otra parte, tenemos el famoso *Close Up*. Que va desde el mentón hasta la cabeza, este es uno de los planos más íntimos en los que podemos presentar al personaje, el espectador siente que está cara a cara platicando con el personaje, eso genera una empatía y una intimidad más fuerte entre estos dos. El *Close Up* es muy utilizado cuando un personaje tiene algún momento importante de la expresión facial, ya sea que queramos subrayar miedo, amor, desesperación, frustración etcétera.

El *Extreme Close Up* se utiliza para enfatizar una parte de la cara, ya sean los ojos, la nariz o la boca y este sirve para generar efectos emocionales dentro del espectador, el más famoso de todos es el *Extreme Close Up*, que se puede llegar a usar en las películas westerns antiguas, donde el movimiento de los ojos era muy importante, al final los límites en los planos no son tan estrictos, uno puede tener un plano un poco más abierto o un poco más cerrado, aunque es importante recordar que nunca se debe cortar a un personaje en una articulación, lo ideal sería cortar más abajo o más arriba porque, si cortan justo en la articulación, dará la sensación que el personaje le falta ese pedazo del cuerpo entonces, siempre es esencial cortar el personaje o abajo de la articulación o arriba.

Tenemos otros dos planos del cuerpo humano creados para los westerns, fueron creados en la época del western de los 30's y 40's, por otro lado, tenemos el plano americano, también conocido como *one shot* o *american shot*, que es un plano intermedio entre el *Full Shot* y el *Medium Shot*. Solo que en vez de cortar en la cintura corta justo arriba de las rodillas o debajo de las rodillas, era muy famoso puesto que así podíamos ver las pistolas y estábamos más cerca de la expresión. El último plano para el cuerpo humano es cuando queremos hacer un acercamiento a una parte del cuerpo que no sea la cara, como sería una mano o un pie, este se conoce como *Light Shot* o plano detalle y se usa exactamente para resaltar alguna acción que genere el cuerpo, como ver al personaje caminando,

es importante ver lo que hace el pie, ver cómo jala el gatillo de la pistola o ver cómo toca la mano de alguien más etcétera.

Esos son los planos del personaje, ahora bien, en relación con este tema, tenemos los planos del ambiente, el primero es el *Long Shot*, es más abierto que el *Full Shot* y justo funciona para introducir al personaje dentro del ambiente, el personaje es igual de importante que el ambiente en el que está. El otro plano es uno todavía mucho más abierto que se conoce como *Extremely Long Shot*, en este plano es mucho más importante el ambiente, que el personaje en sí, en realidad el personaje casi es visible, en este el ambiente es el que predomina y funciona para introducir al espectador dentro del ambiente, se usa mucho como toma de establecimiento como sería la toma de algún edificio, de alguna ciudad o del desierto etcétera.

El plano para encuadrar objetos o animales se le conoce popularmente como inserta y no importa si es un acercamiento a un perro o si es un acercamiento a un reloj, siempre se le conocerá como insert. a estos planos que son importantes mencionar cuando buscas encuadrar a dos personajes al mismo tiempo, se tiene que poner un 2 antes del plano (*2 Medium Shot*) si son tres personajes es un 3 medium shot. Cuando ya tienes a cuatro personajes o más de cuatro personajes se le conoce como *Group Shot*. Otro plano muy popular es el *Over Shoulder*, es en donde se encuadra un personaje en un plano específico; encuadramos un personaje en un *Medium Shot*, pero, también estamos en cuadrando un pedazo del hombro del otro personaje, esto funciona mucho para crear una conexión entre el personaje y el otro personaje o el otro objeto que está viendo, se genera como una complicidad entre los dos

Para finalizar tenemos *Point Of View*, que es cuando ponemos la cámara encuadramos lo que estaba viendo el personaje, como si la cámara fueran sus ojos. Estos son los planos básicos dentro del cine y este es el nombre común en el que se conocen dentro de la industria mexicana, los planos hacen que sea más sencilla la producción de una película porque si tú llegas con un fotógrafo o con

un actor profesional o con director de arte es en este momento donde entra la parte creativa del director porque no solo es empezar a grabar todo en planos distintos sino es importante saber en qué plano quieres grabarlo porque de cada plano genera algo distinto y cómo los combinan para generar las emociones y generar las ideas que él trata de transmitir.

De la misma forma tenemos los movimientos de cámara, éstos se refieren a cualquier movimiento que la cámara haga dentro de la escena, empezamos la escena en un plano específico como un *Medium Shot* y decidimos mover la cámara hacia otro lado y acabamos en otro plano, eso es un movimiento y al igual que los planos se generan distintas emociones e ideas cuando se usan y se mezclan entre el primer movimiento es el *Panning*, también conocido como paneo, es un movimiento que hace la cámara en su propio eje vertical y éste puede ir a la izquierda o a la derecha el que se hace en el eje horizontal de la cámara lo llamamos el tilt y en este hay un *Tilt Up* y *Tilt Down*.

El desplazamiento general de cámara para que se mueva dentro de la escena se le conoce como travelling, cuando la cámara va para adelante se le conoce como travelling in, cuando va para atrás es *Travelling Out*, a la izquierda *Travelling Left* y hacia la derecha es *Travelling Right*, hacia arriba *Travelling Up* y dirigiéndose hacia abajo *Travelling Down*. todos estos se mezclan para hacer movimientos complejos. En otro sentido existe un movimiento que es óptico que se le conoce como zoom in o zoom out que es cuando utilizas el lente zoom para generar un movimiento sin que la cámara se traslade, existen muchos más movimientos que dependen del tipo de equipo que se está usando, si utilizamos el famoso carro que va sobre unos rieles que se le conoce como *Dolly*, ese sería un *Dolly In* o un *Dolly Out*.

Por último tenemos los ángulos, dentro de este marco se refiere a la perspectiva visual en la que presentamos la imagen son cinco ángulos básicos, el primer ángulo es a nivel de ojos, que es donde ponemos la cámara al nivel de ojos del personaje lo que genera un sentimiento de igualdad entre el espectador y el

personaje, el siguiente es cuando tenemos la cámara en un punto más alto y nos ve para abajo ese se conoce como picada y sirve para mostrar el poder que tiene un personaje sobre el otro, porque el otro personaje es minimizado por la cámara. Ahora bien, cuando está al revés que es cuando tenemos a la cámara viendo de abajo hacia arriba, se le denomina como contrapicado y se usa justo al revés cuando queremos mostrar que un personaje tiene más poder que el otro. Los últimos dos ángulos básicos son el famoso cenital, que es la cámara justamente a 90 grados viendo hacia abajo, también conocida como vista de pájaro y su contraparte que es el ángulo nadir, que esté en la cámara a 90 grados, pero justo viendo de abajo para arriba.

También podemos encontrar otros tipos de ángulos que son más corporales, que sería el plano holandés, en donde la cámara está inclinada a más de 25 grados, lo que genera inestabilidad dentro de la toma y funciona mucho para mostrar un momento psicológico inestable dentro del personaje. También está en este el ángulo de perfil que es como vemos a un personaje completamente de perfil tres cuartos, cuando está a tres cuartos del eje de la cámara, con el eje horizontal y el ángulo frontal, donde justo está enfrente del personaje viéndolo directamente, al igual que con los movimientos estos ángulos se deben combinar y se deben usar para expresar. Siempre tienes que encuadrar algo en un plano, pero no a fuerzas tienes que usar movimientos o no necesariamente tienes que cambiar de ángulo.

Resulta lógico, que estos conceptos sean comunes en el mundo de la belleza, aún aplicados de otro modo, su objetivo es transmitir al público emociones, que la persona que observe un comercial, un video tutorial o incluso en una película, tenga la afinidad de identificarse con el personaje que veremos en pantalla. Estos códigos básicos dentro del lenguaje audiovisual y son importantes para la expresión y el análisis cinematográfico, al combinar los planos, los movimientos y los ángulos es cómo combinar las letras del abecedario para generar palabras, pero, no obstante, si nosotros no sabemos generar palabras interesantes, que signifiquen algo que queremos expresar en consecuencia, no funcionarían. Si queremos hablar sobre un labial, pero acabamos formando la palabra casa, no

estamos expresando bien el mensaje que queremos transmitir por tal motivo, con el lenguaje audiovisual hay que entender qué tipo de plano, qué tipo de movimiento y qué tipo de ángulo debemos de usar para expresarnos bien lo más esencial para crear un producto audiovisual es saber contar una historia con imágenes y estos códigos nos podemos apoyar para podernos expresar mejor.

### **4.3. Desarrollo de Contenido (Audio)**

“La grabación del sonido era una tarea tan intimidante que el montaje de las imágenes quedó desplazado a un segundo lugar. Las escenas de diálogo en disco no podían ser editadas sin perder la sincronización”. Muchas de las innovaciones en el montaje se vieron relacionadas con el advenimiento del sonido. Debido a las características tecnológicas del sonido primitivo, frecuentemente se denominó a los primeros filmes sonoros como teatro filmado o radioteatro en imágenes. En 1930 se metió la moviola con sincronizador de audio e imagen, en 1932 la numeración en el borde. Hacia 1933 el aumento de los micrófonos y el mezclado permitieron usar música y diálogos paralelamente.

Entre 1945 y 1950 se generalizó la grabación magnética en vez de la grabación óptica mejorando la calidad del sonido y permitiendo al montaje más enorme flexibilidad. La llegada del cine sonoro fue acogida con fervor por el público, sin embargo, no por los realizadores, que temían el retorno a la perspectiva escénica y el fin de las averiguaciones en el lote de la idealización y el montaje. El cine sonoro tuvo otras consecuencias para el cine, entre ellas está el paso de la cadencia de la cinta de 16 imágenes por segundo a 24, por la necesidad de una más enorme velocidad de reproducción de las vibraciones sonoras.

Luego de la 2ª Guerra Mundial es que emergieron nuevas posibilidades de experimentación formal y el montaje volvió a ser una técnica y un momento determinante de la producción audiovisual, reconociendo 3 nuevos recursos narrativos: el diálogo, la música y los efectos especiales. El diálogo abrió un abanico de nuevas modalidades narrativas: diálogo exterior e interior, monólogo

exterior e interior, palabras que vienen del recuerdo, comentarios como narrador, la voz en off o la evocación. La música además se consolida como elemento narrativo, superando su funcionalidad inicial de apoyo. En cuanto a los efectos especiales, el cine sonoro implicó un enfrentamiento con la estética del radioteatro. El cine absorbió el planeta acústico de los ruidos. Lo que, tras su desarrollo como componente narrativo a partir de la economía en su uso, permitió vislumbrar al cuarto componente narrativo del sonido: el silencio.

AUDIO	TEXTO	TIEMPO
-------	-------	--------

<p>Entra música de fondo</p> <p>Entrada de música (bajo),</p>	<p>(narrador):</p> <p>Para entrar en el mundo del maquillaje debemos adentrarnos a tendencias que se remontan a la prehistoria, la riqueza y el valor del maquillaje en el antiguo Egipto que significaban la alianza de los humanos con los dioses, un enlace con la otra vida, los ojos eran considerados como la porción del rostro que transmitía los sentimientos y por medio de ella se asomaba el alma; era el lugar donde se albergaban los pensamientos y por consiguiente se consideraba importante darles un realce particular</p> <p>Dentro de su cosmogonía, los ojos eran considerados como la parte del rostro que transmitía las emociones y a través de ella se asomaba el alma; era el sitio donde se albergaban los pensamientos y por lo tanto se consideraba fundamental darles un realce especial</p> <p>Más adelante en la Edad Media a lo largo de dichos siglos aparecieron los primeros tratados de cosmética y belleza. En París, se abrió el primer Instituto de belleza y empolvase los cabellos con diversos colores se ha convertido en la moda imparable, en la Francia del siglo XVI. Los polvos, liberalmente aplicados tanto a los cabellos auténticos como a las pelucas, eran harina de trigo blanqueada y pulverizada, intensamente aromatizada. En Inglaterra</p>	<p>02:35</p>
---------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------

	<p>a lo largo de la corte de Isabel I, se popularizaron la salvia para blanquear dientes, los pétalos de geranio como rojo de labios. Usaban productos peligrosos como el albayalde para blanquear la dermis del rostro y el escote, productos a base de mercurio para colorear los labios o borrar manchas, tinturas para el pelo con sulfuro de plomo, cal viva y agua</p> <p>Con la década de los setenta llega la utilización de complementos estridentes, se implanta la estética del punk, el exceso de colores, cortes irregulares,</p> <p>En cuanto al entorno artístico el maquillaje se vuelve indispensable en las producciones de cine, televisión y teatro entre otras artes escénicas y del show debido a que las condiciones de iluminación de dichos espacios inciden en el color de piel de los actores y actrices. El maquillaje es un instrumento sustancial para la credibilidad de la imagen</p> <p>El maquillaje permanece, y seguimos siendo testigos del arte en el cual expresarse por medio del maquillaje es definitivamente importante, como lenguaje de expresión y de comunicación juega un papel importante. Por esto, la gente es más propensa a querer desentrañar un ser diferente al real, aparecen por consiguiente las infinitas modalidades de convertirse, de manifestar anhelos, sueños, emociones, traumas, con un cuerpo humano y un rostro como lienzo natural, como el primer lienzo que</p>	
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>en algún momento existió que le da vida al lenguaje del maquillaje.</p> <p><b>El maquillaje no es difícil si sabes cómo y utilizarlo.</b> Para esto, tenemos herramientas que te ayudaran a potenciar el color de tus ojos, combinar tonos, qué colores van más contigo, corregir coloraciones u ojeras, ayudarte a difuminar, hacer una buena integración en piel de tu subtono.</p> <p>Primero, tenemos que reconocer que tono de piel eres El tono es el color cambiante que puede tener tu piel en diversas situaciones: es dependiente del sol, la ingesta de alimentos y la genética.</p> <p>La escala de fototipo de Fitzpatrick permite conocer la sensibilidad de la piel frente a la luz ultravioleta. Fitzpatrick la planteó en 1975 basada en una entrevista personal explorando la historia de exposición solar y la capacidad de broncearse, buscando una aproximación estimada de la tolerancia cutánea a la luz uv. Dando como resultado 6 fototipos</p> <p>Fototipo I: personas que tienen un color de pelo rubio o pelirrojo, ojos claros, ya sean verdes o azules, y una piel muy pálida o blanca.</p> <p>Fototipo II: personas que tienen la piel clara usualmente pecas, los ojos azules o castaños y el pelo rubio o pelirrojo.</p> <p>Fototipo III: se trata de un grupo integrado por personas que presentan pelo rubio o castaño claro, ojos que pueden ser verdes o marrones y un tono de piel clara en invierno pero que se broncea en verano.</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>Fototipo IV: se trata de personas con pelo castaño oscuro, los ojos marrones y la piel, de por sí, morena. No suelen tener problemas para broncearse, y su piel adopta una tonalidad dorada con facilidad.</p> <p>Fototipo V: son personas que tienen la piel oscura, al igual que los ojos, el pelo color negro. Se broncean con muchísima facilidad y no es necesario que se expongan mucho al sol para estar morenos.</p> <p>Fototipo VI: personas de raza negra. Sus pieles son muy oscuras, al igual que su cabello y ojos. Es casi imposible que se quemem, pues tienen una piel muy pigmentada,</p> <p>El subtono es el matiz específico que tiene tu piel; es una tonalidad que está bajo el área de la dermis, y que no se altera.</p> <p>Un truco para saber tu subtono de piel es mirar tus muñecas: ¿las venas que se ven por medio de la dermis son más azules, más verdes, o un punto intermedio? Si las ves azules, tienes un tono de piel que tiende al gélido. Si las ves verdes, entonces es cálido. Si no te decides es ya que probablemente tu subtono sea neutro.</p> <p>Existe una idea que plantea que las personas con piel clara son matices fríos y con piel oscura son cálidos, esto es un error común. Descubrir personas que poseen piel oscura con matices fríos y al revés es un hecho. Esta es una de las causas por las que en ocasiones una base parece combinar con el tono de piel, sin embargo, una vez aplicada se ve bastante</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>gris/ceniza, amarilla o cálida, significa que la aplicación ha sido mal analizada. Por consiguiente, asegúrate continuamente de saber con certeza, cuál es el subtono.</p> <p>Relacionadas con la rueda de colores, los tonos piel se hallan dentro del amarillo, anaranjado al rojo. Piel con un matiz gélido tienden a tener un tono rojo púrpura. Piel con un matiz cálido poseen un tono amarillo. Los tonos de piel oscuros y las siluetas (contornos) se encontrarán en la “sección de sombras”, en lo que los tonos de piel claros y los reflejos se hallan en la “sección de tinte”. Los tonos de piel además varían en saturación, por consiguiente, tienen la posibilidad de descubrir en cualquier sitio cerca de las secciones de tono y por medio de las secciones de tono, pero constantemente entre amarillo, naranja y rojo.</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

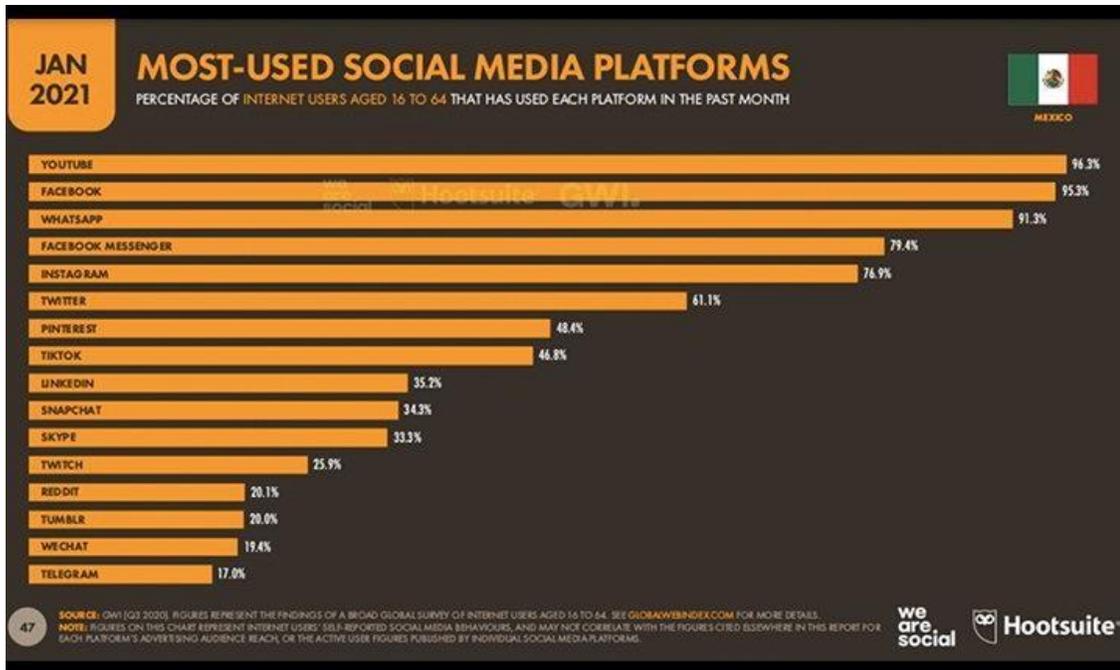
#### **4.4. Métodos de Difusión**

El acceso a Internet en mi país se está desarrollando rápidamente y con el desarrollo de la pandemia, su rango de desarrollo es aún mayor. Hoy en día, el 71% de nuestra población mexicana navega por la *World Wide Web* principalmente a través de dispositivos móviles, lo que a su vez ha generado más visitas al sitio web y más uso de las redes sociales en México, lo que se ha traducido en 100 millones de usuarios activos en diferentes plataformas conectadas a nuestra existencia.

Así lo demuestra el estudio Digital 2021 elaborado por *We Are Social y Hootsuite*, que tiene como objetivo medir el estado de la conexión a Internet en el mundo y proporciona una versión específica de los datos de México. Según la investigación, el 77.2% de la población del país visita actualmente las redes sociales, lo que representa a 100 millones de personas en México que utilizan diversas plataformas de redes sociales. Respecto a 2020, el uso de redes sociales en 2021 ha aumentado un 12,4% y se han ganado 11 millones de nuevos usuarios.

Al observar el perfil de la audiencia de las redes sociales en mi país, se identificaron 7 grupos, divididos por rango de edad y desagregados por género. En este sentido, el 3,6% de las niñas entre 13 y 17 años son usuarias de redes sociales, mientras que entre los niños de la misma edad esta proporción desciende al 3,2%. De 18 a 24 años, las usuarias representaron el 13,1% y los hombres el 12,1%. Luego, la audiencia más grande es de 25 a 34 años, con un 15,1% de mujeres y un 16,1% de hombres. La tasa de participación de las mujeres de 35 a 44 años es del 9% y la de los hombres es del 8,4%. En los últimos tres grupos de edad, el radio de audiencia descendió, por lo que entre los 45 y los 54 años, el 5,7% de las mujeres y el 5% de los hombres utilizan las redes sociales entre los 55 y 64 años, y solo el 2,9% de las mujeres y el 2,2% de los caballeros. tienen datos de redes sociales, y entre los hombres mayores de 65 años, solo el 1.7% de las mujeres y el 1.5% de los hombres usan las redes sociales en México

ilustración 64 Grafica donde se muestra las plataformas más usadas en México, edades desde 16 a 6



Fuente Adaptado de Estado de internet en México, Mariana Ramos, 2021, Hootsuite. Comparability advisory

El estudio también compartió datos sobre sus visitas y preferencias en plataformas sociales en base a las interacciones de los usuarios de Internet en México a diciembre de 2020.

Por lo tanto, YouTube ocupa el primer lugar con el 96,3% de las personas que han visto la red de Google Video. Seguido de Facebook, con el 95,3% de las visitas. Luego está la aplicación de mensajería instantánea con mayor controversia de privacidad, con 91.3%. Facebook Messenger fue utilizado por 79.4% de los mexicanos en diciembre e Instagram ocupó el quinto lugar, con 76.9% afirmando haberlo usado.

Dirigiendo nuestra atención a las redes sociales más utilizadas y la participación de los usuarios más grandes, comenzamos con la audiencia de Facebook, que es la audiencia más grande del mundo y nuestro país, y luego YouTube, Instagram y Twitter.

Esta es una gran ventaja de las redes sociales: puedes saber dónde están tus seguidores, qué hacen, qué les gusta, qué comparten, su edad, etc. Esto le permite conocer mejor a su audiencia y comprender la información exacta que responderá a sus gustos y necesidades.

Con la facilidad de Internet y las redes sociales para difundir ideas y contenidos, el término viral se utiliza para los contenidos que son distribuidos de forma masiva a través de redes sociales y blogs e incluso por los medios de comunicación más tradicionales.

Para las marcas, conseguir que uno de sus contenidos se haga viral es todo un éxito y uno de sus grandes objetivos cuando lanzan una campaña. No obstante, conseguir un contenido viral no es nada fácil. (García L. , 2020)

El contenido más largo tiene un mayor éxito que el corto, a pesar de la navegación móvil, a pesar de que nuestra atención es cada vez menor. Esto quizás tiene que ver con que se producen 16 veces más artículos de menos de 1.000 palabras que de más de 2.000, y dar algo diferente es el primer paso al éxito. Aun así, y aunque los posts no tengan que alargarse innecesariamente, tocar un tema es ideal tratarlo en la mayor profundidad posible Rand Fishkin nos decía que los recursos gráficos útiles son mejores que las infografías, un artículo con suficientes recursos y con el contenido bien estructurado se comparte igual de bien que una infografía o una lista.

## CONCLUSIÓN

Actualmente, la calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño tiene un elevado grado de trascendencia dentro del mercado donde se desenvuelve, este mensaje visual es el que identificará a la organización y la diferenciará de la competencia. De esa manera, el diseño gráfico es sustancial para el desarrollo de una comunicación visual positiva tanto a grado institucional como empresarial que ha servido para mejorar y cambiar el planeta donde vivimos y es que se retornó parte de nuestro día a día, debido a que, cada producto que usamos tiene un color, una letra, una forma y todo salió de la mente de un diseñador que plasma creatividad y arte.

A lo largo de esta investigación se plasma como un tema que al principio parece no llevar una relación visible, hablar del mundo del maquillaje y combinarlo con diseño, es una experiencia satisfactoria y enriquecedora en todos los aspectos, nos llevó a descubrir relaciones, significados que por algún motivo nos parecían desconocidos, llevar la investigación adecuada nos ayudó a lograr una revaloración de un tema en específico.

Tener una buena metodología que se adaptara al proyecto final, ha sido en gran medida lo que ayudó a una buena organización, delimitar los temas a investigar, haciendo más fluido el desarrollo y por consecuencia los objetivos. Dar una mirada de la evolución del diseño que permanece viva a través del tiempo, que se transforma y crece con las nuevas generaciones, el potencial de las ideas de diseño en términos de los principios en general del diseño; sostenibilidad y que permanecen influenciados por componentes sociales, del medio ambiente, históricos y tecnológicos, nos muestra la importancia y responsabilidad que tiene el diseñador al momento de dar un mensaje o imagen a cualquier que sea el medio de comunicación, como lo fue el desarrollo de este material gráfico. Aplicar las herramientas tanto teóricas como prácticas para crear, mejorar, innovar y planear para una correcta representación visual de la idea principal.

La unión de los elementos está diseñada para crear sensaciones las cuales al principio venían solamente líneas escritas, ahora no solo leemos la información, un elemento audiovisual que alimenta nuestros sentidos. El maquillaje es un componente que refleja el papel social de la dama sin que importe la era de la que estemos hablando. No obstante, se puede ver como en la actualidad, ya no solo las mujeres poseen diversos papeles o papeles dentro de la sociedad y de consenso al que se encuentren desarrollando, utilizan el maquillaje.

En definitiva, poner la práctica los objetivos de este proyecto, da cumplimiento de compartir el resultado de la investigación y que no solo quedarán plasmados en estas hojas, que circule y lograr un contenido audiovisual atractivo, funcional y de interés. Transmitiendo y creando un punto de unión de los elementos aprendidos durante la carrera. La práctica gráfica tiene relación con la aplicación innovadora de conocimientos y técnicas de dibujo y diseño para desarrollar resultados conceptuales que abordan un resultado breve o tecnológico de naturaleza gráfica.

La sistematización en el sentido del maquillaje como un objeto semiótico refuerza la apreciación sobre el maquillaje como un lenguaje, con sus códigos y signos que permiten diferentes lecturas e interpretaciones, dependiendo de su entorno y de la mirada del espectador nuevamente es fundamental nombrar que no negamos el carácter del maquillaje como apoyo a otros artes, sin embargo, antes que ser un apoyo, el maquillaje es y debería ser considerado un arte. Un arte que usa el cuerpo humano como soporte, es la pintura sobre la piel, lo cual sustentamos con las teorías del color, la estética y el arte efímero para conducir hasta la iniciativa del maquillaje como un arte en sí mismo y un medio de expresión. Dicha definición quizás sea apenas el inicio de una investigación más profunda. Se necesita enseñar como la belleza y el aspecto físico es algo que mueve mucho a la sociedad de ahora.

El esfuerzo aplicado en la búsqueda, conduce a un impulso para nuevas generaciones, pues considero que el mundo del maquillaje como medio de comunicación aún tiene muchas áreas para investigar y desarrollar nuevos proyectos, como resultado, ampliar el conocimiento en todas sus áreas.

## Bibliografía

- Alberich. (2014). *Percepción Visual*. Obtenido de [https://monoskop.org/images/9/9e/Arnheim\\_Rudolf\\_Arte\\_y\\_percepcion\\_](https://monoskop.org/images/9/9e/Arnheim_Rudolf_Arte_y_percepcion_)
- Álvarez, D. (2017). *Introducción a la Tipografía*. Obtenido de Universidad de Londres: [file:///C:/Users/Estefani/Downloads/Introduccion\\_a\\_la\\_Tipografia\\_Licenciatur.pdf](file:///C:/Users/Estefani/Downloads/Introduccion_a_la_Tipografia_Licenciatur.pdf)
- Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Tipografía*. Barcelona: Parramón.
- Andres, D. Z. (2008). *Introducción al diseño editorial*. España: Vision net.
- Arnheim, R. (1986). *Arte y percepción visual*,. Madrid: Alianza forma.
- AsoColDerma. (2016). *Enfermedades de la piel*. Obtenido de Fototipos: <https://revistasocolderma.org/enfermedades-de-la-piel/otras-condiciones-de-la-piel/fototipos>
- Baena, G., & Montero, S. (2014). *Ciencias de la comunicación 1*. Ciudad de México: PATRIA.
- BBC. (12 de Agosto de 2015). *BBC*. Obtenido de [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150810\\_vert\\_fut\\_vision\\_limites\\_lp#:~:text=Un%20ojo%20humano%20sano%20tiene,de%20un%20mill%C3%B3n%20de%20colores.](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150810_vert_fut_vision_limites_lp#:~:text=Un%20ojo%20humano%20sano%20tiene,de%20un%20mill%C3%B3n%20de%20colores.)
- Berraz, J. (2018). 550 aniversario de la imprenta: Gutenberg y el origen de la revolución gráfica. *Experimenta*, <https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/550-aniversario-dela-imprenta-gutenberg-y-el-origen-de-la-revolucion-grafica/>.
- Blanco, J. (2010). *A los 70 años de la Guerra Civil Español*. Zamora: Gráfica Varona.
- Cadena, S. (2019). *Tipografía y sus tendencias latinoamericanas*. Ciudad Juárez: UACJ.
- Caldwell , C., & Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial*. España: Gustavo Gilli.
- Campos, R. (2021). El tono de piel de los mexicanos y su interacción con factores socioeconómicos. *Coyuntura demográfica*, 17.
- Citrinitas. (14 de Marzo de 2019). *Comunicación y lenguaje*. Obtenido de <https://citrinitas.com/>
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Obtenido de [https://www.academia.edu/8870649/Dise%C3%B1ar\\_para\\_tus\\_ojos\\_joan\\_costa](https://www.academia.edu/8870649/Dise%C3%B1ar_para_tus_ojos_joan_costa)
- Delgado, J. (20 de Mayo de 2021). *El CMYK del color de piel: Una tonalidad que refleja toda nuestra diversidad*. Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/mx/blog/diseño-gráfico/color-pielcmyk/>
- Dora, J. (22 de Marzo de 2015). ¿Qué es un 'ícono'? Una breve respuesta desde la semiótica de Peirce. *MITO REVISTA CULTURAL*. Obtenido de <http://revistamito.com/que-es-un-icono-una-breverespuesta-desde-la-semiotica-de-peirce/#:~:text=Son%20los%20signos%20que%20presentan,cualidades%20simples%20con%20el%20objeto.>
- Edwards, .. (2019). *El color*. Urano.

- Ellis, M. (2019). *Breve historia del diseño gráfico*. Obtenido de <https://99designs.com.mx/blog/designhistory-movements/history-graphic-design/>
- Emna, G. (2012). *Historia del diseño*. México: Red Tercer Milenio.
- Escamilla, M. (8 de Julio de 2019). *Diagrama de Gutenberg: su importancia en el diseño web*. Obtenido de Revista digital INESEM: <https://revistadigital.inesem.es/disenio-y-artes-graficas/diagrama-degutenberg/>
- Facultad de Diseño y Comunicación. (Julio de 2008). *Actas de Diseño N°5*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo. Obtenido de Origen del Diseño Gráfico, a partir del lenguaje visual generado por el sistema heráldico: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/1\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/1_libro.pdf)
- FAHRENHEIT°. (2020). La evolución del maquillaje a través de los años. *FAHRENHEIT°*.
- Federación de Enseñanza de CC.OO. (13 de Marzo de 2011). El uso didáctico del video. *Temas para la educación*. Obtenido de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd8279.pdf>
- Fernández, F., & Barco, C. (2010). *Producción cinematográfica: Del proyecto al producto*. España: Días de Santos.
- Ferrer, A., & Gómez, D. (Septiembre de 2014). *Imagen y lenguaje visual*. Obtenido de Escritura y tipografía: [http://cv.uoc.edu/annotation/121228fad7365aa79e42ca1bf7c9c1d1/551848/PID\\_00214985/index.html](http://cv.uoc.edu/annotation/121228fad7365aa79e42ca1bf7c9c1d1/551848/PID_00214985/index.html)
- Frutiger, A. (2002). *En torno a la tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fuentes, M. (13 de Mayo de 2004). *Colección de Tesis Digitales*. Obtenido de Biblioteca UDLAP: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldg/fuentes\\_f\\_ml/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/fuentes_f_ml/)
- Galeano, E. (1997). *Modelos de comunicación*. Buenos Aires: Macchi.
- García, L. (19 de Abril de 2020). ¿Qué es un insight? ¿Como encontrar insights? Madrid, España.
- García, h. (1995). *El diseño tetragráfico: gramática para el diseño de las letras*. Ciudad de México: UNAM. Obtenido de Tesis de maestría.
- Gilbert., E. (2002). *El color en las artes*. Valencia: UPV.
- Gillam, R. (1970). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires: Victor Leru.
- Guillaume, P. (1964). *Psicología de la forma*. Buenos Aires: Debate.
- Guillermo, J. (2006). *Diccionario crítico del Diseño*. España: Paidós Diseño.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Gustavo Gill.
- Johnston, E. (2017). *Writing & Illuminating & Lettering*. New York: Dover Publications.
- Kryolan. (2020). Obtenido de Teoría del color, avanzada: <https://ec.kryolan.com/blog/posts/teoria-delcolor-avanzada>

- LACA Cosmética profesional. (08 de 01 de 2016). *Los cosméticos a través de la historia*. Obtenido de Laca Cosmética: <http://www.laboratoriolaca.com/blog/historia/los-cosmeticos-a-traves-de-lahistoria>
- López, J. (2014). *Semiótica y diseño. i+Diseño*.
- Luzón, F. (3 de Febrero de 2017). *National Geographic*. Obtenido de gutenber: el inventor que cambió el mundo: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/gutenberg-inventor-que-cambiomundo\\_11140](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/gutenberg-inventor-que-cambiomundo_11140)
- Martin, D. (1994). *El diseño en el libro*. Madrid: Pirámide.
- Mata, J., Ronquillo, A., & Méndez, E. (2020). La infografía didáctica, recurso en el desarrollo de contenidos educativos. *Zincografía*, 44-61. Obtenido de Zincografía vol.4 no.8 Guadalajara jul./dic. 2020 Epub 01-Sep-2020
- Maybelline New york. (2020). *CONOCE TU TONO DE PIEL PARA EVITAR ERRORES A LA HORA DE MAQUILLARTE*. Obtenido de Escuela de maquillaje : <https://www.maybelline.es/trucostutoriales/escuela-de-maquillaje/conoce-tu-tono-de-piel-para-evitar-errores-a-la-hora-demaquillarte>
- Meggs, P. B. (2016). *historia del diseño gráfico*. Canada: trillas.
- Menza, A. (2016). La ilustración: dilucidación y proceso creativo. *KEPES*, 265-296.
- Moles, A. A. (1999). *La imagen*. Obtenido de Comunicación funcional: [https://www.academia.edu/7494593/LIBRO\\_LA\\_IMAGEN\\_COMUNICACION\\_FUNCIONAL\\_A\\_MOLE](https://www.academia.edu/7494593/LIBRO_LA_IMAGEN_COMUNICACION_FUNCIONAL_A_MOLE)
- Montalvo, A. (26 de Abril de 2018). *Roi Up Group*. Obtenido de La percepción visual en el diseño: <https://martech.roi-up.es/producto-digital/percepcion-visual-en-el-diseno/>
- Moreno, L. (13 de Septiembre de 2008). *Familias tipográficas*. Obtenido de Desarrollo web: <https://desarrolloweb.com/articulos/1626.php>
- Morinson, S. (1998). *Principios fundamentales de la tipografía*. Barcelona: Del Bronce.
- Müller-Brockmann, J. (1892). *Sistemas de retículas*. España: Gustavo Gili.
- Otl, A. (2004). *TIPOGRAFIA*. España: G Campgrafic.
- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 89-96.
- Pelta, R. (2012). La retícula tipográfica. De artículo de fe a instrumento eficaz. *Monográfica.org*.
- Pérez. (2013). La percepción en el Diseño Gráfico. *Teoría e Historia del Diseño*, 35.
- Philip Meggs, A. P. (2006). *Meggs' History of Graphic Desing*. Canada: John Wiley & Sons.
- Pons, J., & Bullich, I. (19 de Septiembre de 2017). *Tipografía*. Obtenido de Recursos: <http://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/tipo/wpcontent/uploads/sites/18/2019/04/tipografia.pdf>

- RAE. (17 de Febrero de 2021). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de Definición de Textura: <https://dle.rae.es/textura?m=form>
- Rodríguez, D. (2016). *Manual de Tipografía digital*. España: Campgrafic.
- Romero, E. (18 de Noviembre de 2019). *¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?* Obtenido de Retículas en Diseño gráfico: <https://revistadigital.inesem.es/disen-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-diseno-grafico/>
- Salinas, O. (29 de Julio de 2019). *El diseño gráfico en México. Un análisis histórico*. Obtenido de [file:///C:/Users/Estefani/Downloads/725-2102-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Estefani/Downloads/725-2102-1-PB%20(1).pdf)
- Samara, T. (2007). *Desing Elements, A graphic style Manual*. Massachusetts: Rockport.
- Sancho, J. L. (2013). *La infografía de prensa*. Obtenido de <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/46067>
- Tipos con carácter. (22 de Mayo de 2019). *Espaciado 2: kerning*. Obtenido de <https://tiposconcaracter.es/espaciado-2-kerning/>
- Tipos con carácter. (22 de Mayo de 2019). *Espaciado 3: Traking*. Obtenido de Teoría tipográfica : <https://tiposconcaracter.es/espaciado-3-tracking/>
- Tipos con carácter. (22 de Mayo de 2019). *Espaciado 1: el interlineado*. Obtenido de <https://tiposconcaracter.es/espaciado-1-el-interlineado/>
- Ulloa, K. G. (23 de mayo de 2019). *Vogue*. Obtenido de La guía parasaber (exactamente) cuál es tu tono de piel: <https://www.vogue.mx/belleza/bienestar/articulos/como-encontrar-tono-demaquillaje/11256>
- UNAM. (2020). Obtenido de Diseño y Comunicación Visual: [https://salas.cuautitlan.unam.mx/lic\\_diseno/](https://salas.cuautitlan.unam.mx/lic_diseno/)
- Vázquez , I., & Vega, E. (14 de Marzo de 2013). *Infolio*. Obtenido de recursos didácticos sobre arte, diseño y educación: <http://www.infolio.es/paidos/upm/type.pdf>
- White, A. (2002). *The Elements of Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- White, A. (2011). *The elements of Graphic Desing, Second Edition*. New York: Allworth Press.
- Wong, W. (2005). *Fundamentos del diseño* . España: Gustavo Gili, SA.
- Yang , Y., Saladrigas, H., & Torres, D. (2016). El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento. Un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos. *Universidad Y Sociedad*, 165-173. Obtenido de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/384/379>