
SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de Artes Plásticas

Universidad Nacional Autónoma de México.

Escuela Nacional de Artes Plásticas.

*Situación actual de la fotografía
en el diseño gráfico.*

◆ **TESIS PROFESIONAL** ◆

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

**Eduardo Alberto
Alvarez del Castillo Sánchez.**



SECRETARIA
ACADEMICA
Escuela Nacional de
Artes Plásticas

México, D.F., 1994.



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 está 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.

3.
2oj.



Universidad Nacional Autónoma de México.

Escuela Nacional de Artes Plásticas.

*Situación actual de la fotografía
en el diseño gráfico.*

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

México, D.F., 1994.

**A la memoria de mi padre,
por su ejemplo.**

**A mi madre,
por su constante apoyo y cariño.**

**A Gerardo Adrián, mi hermano,
por su valiosa ayuda.**

A mis maestros.

Contenido

Introducción	1
Capítulo 1	5
El carácter social de la fotografía y las costumbres humanas	6
1.1 Antecedentes	7
1.2 Algunas consideraciones	10
1.3 Ejemplo fotográfico	15
Capítulo 2	17
Tipología del trabajo fotográfico	18
2.1 El reportaje y el fotoperiodismo	19
2.2 Fotografía comercial	25
2.3 Expresión artística	29
2.4 Propuesta gráfica	35

Capítulo 3	37
Relación entre el diseño gráfico y la fotografía	38
3.1 ¿Por qué se incluye a la fotografía como elemento del diseño gráfico?	39
3.1.1 Antecedentes	40
3.1.2 ¿Cuál es la función de la Teoría de la Comunicación?	45
3.1.3 ¿Qué es el diseño gráfico?	51
3.2 ¿Por qué subsiste todavía esta relación?	57
3.3 Propuesta gráfica	61
Capítulo 4	63
Tendencias actuales de la fotografía en el diseño gráfico	64
4.1 Propuestas y alternativas actuales	65
4.1.1 Planeación de la imagen	66
4.1.2 Fotografía artística y fotografía comercial	72
4.1.3 Diversidad en trabajo fotográfico	78
4.1.4 Desarrollo Tecnológico	81
4.2 Propuesta gráfica	86
Conclusiones	88
Bibliografía	92
Apéndice (Entrevistas)	99

Introducción

Introducción

◆ El interés de llevar a cabo ésta investigación, es el tratar de concretar una parte de la teoría del diseño gráfico, definir los límites y las relaciones que existen entre ésta disciplina y la fotografía, es decir, analizar los procesos que llevaron a la fotografía a integrarse como elemento activo del diseño gráfico.

Sabemos que la fotografía fue descubierta en el siglo XIX, y que inmediatamente pudo captar el interés de la sociedad, la cual sin comprenderla la adopta como parte de su cotidianidad; de tal modo, la fotografía se encontró atrapada en la discusión de ser considerada como auténtico arte. Una adecuada valoración ha tomado mucho tiempo y esfuerzo; sólo con el trabajo comprometido de grandes observadores, es decir, de grandes fotógrafos, se ha reconocido certeramente su valor.

La amplia capacidad de comunicación que ella contiene, fue comprendida por los creadores visuales más analíticos en los principios de éste siglo, quienes en combinación con los publicistas, la extrajeron del ámbito artístico y la aplicaron hacia fines mercantiles; de ésta forma su sentido, como forma de comunicación visual ha sido ampliado.

Una vez insertada en el campo publicitario, la fotografía, se ha aprovechado eficazmente en todo tipo de instrumentos publicitarios.

A partir de la fotografía se ha logrado una enorme evolución en el terreno de lo gráfico, es decir, podemos hablar de: que a partir de la imagen fija se consiguió crear la imagen en movimiento; posteriormente y gracias a los avances tecnológicos, a la obtención de la imagen en movimiento conservada en cinta magnética, es decir, el video; para finalmente desembocar en el más adelantado de los sistemas relacionados con el tratamiento de imágenes, la computación.

Este trabajo está basado en el análisis de tres puntos principales, que dieron dirección a la investigación:

-
-
- El primero es la revisión de algunos aspectos de la influencia social que la fotografía ha tenido a partir de su descubrimiento y de la variedad de sus aplicaciones.
 - El segundo en el estudio de las relaciones existentes entre el diseño gráfico y la fotografía, como disciplinas enfocadas a la producción de imágenes.
 - El último está basado en la valoración de las interrelaciones establecidas en la actualidad entre ambas disciplinas, y de los caminos por los que ahora avanza.

La presente investigación presenta cuatro capítulos, en los cuales se condensa la información recopilada bajo el siguiente orden:

Dentro del primero puede hallarse breves antecedentes acerca de los primeras utilizaciones de la fotografía, el comportamiento de la sociedad -europea principalmente- en relación a ella, y las modificaciones sociales que surgieron a partir de su popularización; en segundo término algunas consideraciones hechas acerca de los nuevos significados que la fotografía proponía.

En el segundo para hablar de los "tipos" de fotografía que son practicados; se hizo la división de tres grandes bloques, donde se hace mención en primer lugar al fotoreportaje; luego a las publicaciones periodísticas que basaron su existencia en la inclusión de fotos y al auge que la foto ha tenido a nivel popular, y que aún hoy conserva; lo cierra la referencia a la fotografía de carácter artístico, y lo que ella significa.

El tercero se transporta a un terreno de análisis donde se revisará cual es la razón de el uso de la foto en el diseño gráfico y de la continuidad de tal relación; este análisis se hace a través de valorar antecedentes y herramientas que principalmente influyen.

Finalmente, el cuarto se ocupa de señalar algunas ramificaciones de la actividad fotográfica actual, esto es por ejemplo la labor del diseñador gráfico en una toma fotográfica; la situación que guarda en relación a los aspectos comercial y artístico. Posteriormente veremos los resultados de una serie de entrevistas realizadas a fotógrafos profesionales que expresan sus opiniones y puntos de vista en relación a su actividad.

Como colofón, en cada capítulo de ésta tesis se presenta una imagen fotográfica, que por sus características se adecúa al planteamiento desarrollado previamente; la finalidad será reforzar gráficamente lo descrito en los textos.



La fotografía en algunas de sus aplicaciones.

Capítulo 1

Capítulo 1

El carácter social de la fotografía y las costumbres humanas

◆ La fotografía desde su descubrimiento ha sido un invento ciertamente ligado a los grupos sociales, se integró rápidamente a ellos; la técnica ha crecido gradualmente, y aún hoy se mantiene dentro de ellos.

Según se dice, la fotografía fue creada por los químicos, más que por los artistas; se dice que su aparición está ligada con los cambios sociales; se dice que las imágenes producto de ella son fragmentadas y parciales: es decir ha sido fuente de controversia.

Revisaremos en este capítulo las actividades que tuvo, esto es, las primeras aplicaciones en el siglo XIX y posteriormente se presentan algunas apreciaciones al respecto de ella que tratan de explicar este fenómeno, que significados tiene, y entre ellas se hace notar a las sociedades avanzadas, que son aquellas que **consumen imágenes** y lo que ello puede significar.

Por último veremos una imagen fotográfica adecuada a los planteamientos expresados con anterioridad y sobre la que se puede aplicar, entonces, un juicio.

1.1 Antecedentes

La fotografía constituye un medio de reproducción de imágenes, basado en principios físicos (ópticos) y químicos, que fue descubierto en 1822 por Nicéforo Niepce, y que Henry Fox Talbot en 1841 perfeccionó, utilizando el procedimiento tal como lo conocemos ahora: negativo expuesto e impresión para lograr un positivo en papel.

Pero la fotografía, desde entonces ha maravillado al ser humano por la velocidad y "*presición*" en lo que a capturar imágenes se refiere. Este invento vino a modificar varias costumbres y convenciones sociales establecidas; en primer término su descubrimiento tiene lugar en el siglo XIX, siglo de grandes cambios, donde los artistas y los retratistas, en particular, estaban en gran estima social

Las condiciones económicas dieron lugar a grandes cambios: la burguesía eligió preferentemente a la fotografía para la elaboración de los retratos, en vez del óleo, del grabado y de la miniatura; con una velocidad tal, que el trabajo fotográfico desbancó a los artistas de otras expresiones.¹

Esta es la razón por la que de entre los propios retratistas surgieron los primeros fotógrafos, y dada su capacidad artística, ellos lograron que aquellos retratos tuvieran gran calidad de acabado a pesar del escaso desarrollo tecnológico de la disciplina. Así, definitivamente la burguesía prefirió la *fidelidad* de la fotografía.

Es en aquella época que se inicia la controversia de la cualidades de este reciente descubrimiento. Los artistas, desplazados, argumentaron que era un instrumento "sin alma, ni intención", pero la gente la aceptó y consumió ávidamente, puesto que se le consideró como, la más *perfecta imitación* de la realidad, debido a su naturaleza técnica.

Los artistas y algunos pensadores franceses se manifestaron en contra, argumentando que la imagen aparece de forma "automática y natural", sin la

¹ Freund Gisèle, "La fotografía como documento social" página 15.

intervención de la mano del artista, donde el fotógrafo es el “*ayudante*” de la máquina.

En 1853 el francés Disderi redujo costos y formatos (creó la tarjeta de visita) e hizo aún más popular a la fotografía. Sus resultados no son muy notables debido a sus pocos recursos plásticos y compositivos, ya que sus imágenes presentan parodias de rostros humanos.

Por otro lado, los optimistas proclamaron que la liberación del arte se había conseguido con la fotografía como instrumento de gran fidelidad; de hecho se le anticipan funciones sociales y utilitarias.

Debido al auge de la fotografía, gran cantidad de personas cambian sus oficios por el de fotógrafo. Las clases de la burguesía alcanzaron la seguridad material y pretendieron afirmarse mediante signos externos -a falta de noble linaje-, tarea de la que la fotografía se encargó.

En 1864 se funda una Oficina Internacional en París, cuyo fin principal era la fotografía misma, con ello facilita el comercio y la compra de todo tipo de material. Para 1867, Adolphe Braun, propone hacer reproducciones de las grandes piezas de arte de los museos y colecciones europeas ², y aquí encontramos un fin mercantil de esta técnica; al tiempo que se popularizan las tarjetas postales como signo de *status* y posibilidad económica de viajar.

Para fines del siglo XIX los fotógrafos retratistas integran a sus servicios la venta de equipo fotográfico al público. Nace entonces lo que a futuro será el fotógrafo aficionado, lo que significó un enorme éxito económico; en consecuencia, sus servicios se limitaron a grandes eventos sociales. Esta es la simplificación de la fotografía y la decadencia del oficio hacia el año de 1900.

Con nuevos descubrimientos en la óptica, se trató de que la fotografía se pareciera a la pintura, incluyendo difuminados y planos fuera de foco, sin embargo por lo único que han trascendido estos usos, ha sido porque sus ejemplos son considerados como **no fotográficos**, puesto que niegan un elemento inherente a la fotografía: la profundidad de campo.

² Freund, Op cit. página. 89.



Monsieur Thiers, por Disderi; 1860 aproximadamente.

Felix Tournachon, mejor conocido como Nadar; 1863 (abajo).

1.2 Algunas consideraciones

Dice Gisèle Freund que "toda variación en la estructura social influye tanto en el tema como en las modalidades de la expresión artística"³, y en efecto, en el siglo XX la percepción y la elaboración de la fotografía, cobran un nuevo sentido: la imagen fotográfica ya no es el espejo de lo real, como se creía; aún más se discute su autenticidad como arte, pero ya lo que no se duda, es que la fotografía es un símbolo usado por convención general.

La fotografía posee un código y la cámara (*máquina fotográfica*) no es neutra ni inocente. Una imagen está determinada por muchas variables, donde el sujeto que la manipula interviene, controlando: el ángulo de toma, la distancia, el encuadre, entre otras. Entonces la fotografía se consideró como el resultado de una selección de variables, es decir, una selección arbitraria.

A partir de lo anterior nos olvidamos de que la imagen fotográfica está soportada en la realidad, por tanto lo que se acuerda es que encuentra anclada por el mensaje. La idea anterior está sustentada en un movimiento crítico que reivindica a la fotografía como modo de comunicación y como arte. A partir de entonces empieza a intervenir en los medios, y surge una intención de búsqueda y análisis a su favor.

La fotografía manifiesta inequívocamente la existencia del sujeto captado, lo que no significa que se parezca estrictamente.

Más adelante, con mayores análisis aplicados se redefine este controvertido método óptico; se le considera como una "huella luminosa", una muestra directa de lo real; como tal, se considera que las fotos se **parecen** a los objetos, a las personas, a las situaciones, puesto que son extraídas de ellos, pero en un modo "parcial", por lo cual se denomina al motivo de la imagen "el referente"⁴.

³ Ibidem, página 7.

⁴ El referente es el objeto de la que se "habla" en un proceso de comunicación, en éste caso es visual; la función comunicacional basada en el referente tiene como compromiso formular una información observable y verificable.

Guiraud Pierre, "La Semiología", página 11.

Así la imagen se convierte en esencia inseparable de su experiencia "referencial", o sea, del acto que la constituye.

Como huella, las fotografías son apariencias que *emanan* -de ello estamos seguros- en el sentido estricto de los referentes. Dice Joaquín Sala-Sanahuja que es "la reproducción analógica de la realidad".⁵

Como ejemplo de lo que representa una huella luminosa, podemos mencionar al fotograma, experimento plástico que fue desarrollado por Man Ray y por Moholy-Nagy, y muestra que los resultados no se parecen estrictamente a los objetos que les dieron origen.

Por otra parte, desde su punto de vista, Roland Barthes expresa conceptos realmente interesantes con respecto a la fotografía en general y a su percepción.

Barthes habla de la dificultad de sujetar y definir esta disciplina; él incluyó el concepto de la muerte en su análisis, iniciándolo apartir de una foto de su madre cuando era niña. Anota que nunca en ninguna otra foto percibe a su madre así y la relaciona tal como él la conoció hasta su muerte y se expresa como "el testimonio de lo que ha sido"⁶ y que repite mecánicamente, continuamente, inevitablemente " lo que nunca volverá a repetirse existencialmente".⁷

Señala, además, que a su consideración no fueron los pintores quienes inventaron la fotografía, sino los químicos. Este es un punto que resulta importante considerar, puesto que Barthes acierta al deslindar la influencia de ambos oficios sobre la disciplina fotográfica.

En otro sentido, Barthes considera que de todas las fotografías que existen, hay algunas que llaman más intensamente, que nos agradan, y otras con las que ello sucede en lo más mínimo: no nos interesan, ¿por qué? ¿de qué depende?

Con base en un término latino, "*studium*" (puesto que afirma no haber encontrado otro más adecuado), inicia sus observaciones. "*Studium*" quiere decir interés, gusto por una cosa pero sin dedicación especial, sin agudeza; por eso cualquier persona puede percibir una foto y resultarle agradable, interesante pero nada más; "...las recibo como testimonios políticos, cuadros históricos, es decir, "culturalmente".⁸ Pero dentro de ese grupo de fotos, hay otras que además de gustar, punzan hieren, hacen pensar. ¿Qué hay en ellas? El "*punctum*" (otro término latino: punzar) completa las observaciones con

⁵ Barthes Roland, "La cámara lúcida", página 20.

⁶ Barthes, Op. cit., página 145.

⁷ Ibidem, página 31.

⁸ Ibidem, página 64.

respecto a las emociones que la imagen fotográfica puede causar a un espectador, es decir, puede conmoerlo.

Barthes concreta en su análisis que además de los rasgos formales o compositivos una fotografía con "*punctum*", da la sensación de que los sujetos u objetos que contiene no están "muertos o inmóviles" sino que se crea un "campo ciego".⁹

Barthes también comenta que en su particular punto de vista, la fotografía le desagrada, hace constar que ella ha irrumpido en la privacidad y la convirtió a los sujetos en objetos de museo; haciendo referencia a que las fotos presentan imágenes de la vida urbana o rural aparecen cotidianamente en exposiciones públicas.

Pero, más positivamente, admite que tales fotos han permitido a los hombres -relativamente- otras culturas a pesar de su lejanía; Barthes indica que no hay nada -o no había nada- comparable creado por la mano del hombre "para cerciorarnos de la realidad... El pasado es, desde entonces, tan seguro como el presente".¹⁰ Tal frase hace referencia al fotoreportaje y al periodismo contemporáneo. Finaliza diciendo que las sociedades consideradas avanzadas se caracterizan porque **consumen imágenes**, y no creencias como sucedía anteriormente.

Esta afirmación de Barthes supone una tajante división que afecta definitiva y contundentemente al modo de vida y a las **costumbres humanas**, es decir, separa a las sociedades por su ideología; el standard de vida de la primera mitad del siglo XIX no es comparable con el de la segunda mitad, mucho menos con el del presente siglo; por ejemplo: en 1855 Roger Fenton captó imágenes de la Guerra de Crimea (entre Rusia y Turquía), tales imágenes fueron consideradas indiscutiblemente verdaderas por el mundo occidental, sin importar el tiempo que demoraron en ser mostradas por los medios de comunicación contemporáneos a la opinión pública; en contraparte, en enero de 1991 el mundo tuvo la oportunidad de presenciar una guerra instantáneamente por medio de la televisión casi como parte de la programación ordinaria, (Guerra del Golfo Pérsico).

En consecuencia es posible distinguir entre dos épocas muy distintas, en las que un suceso determinado (la guerra, en éste caso) se ha percibido de

⁹ Ibidem, página 106.

¹⁰ Ibidem, páginas 151 y 152.



La guerra de Crimea, por Roger Fenton; 1855.

La Guerra Civil Española; por Robert Capa; 1936 (abajo).

dos maneras muy distintas: como creencia y como imagen, como lo afirmó Barthes.

En el ámbito de la enorme tecnificación del mundo en que vivimos, encontramos que la personalidad del hombre se ve ahora reducida a cumplir su función dentro de un gran engranaje; pero dentro de algunas sociedades y en ciertos estratos los seres humanos han encontrado a través de la fotografía un medio accesible para expresar su identidad, su individualidad; razón por la cual en nuestros días se ha convertido en un pasatiempo sencillo, que no requiere especialización, y que en cierto modo permite a los seres humanos exteriorizar sus sentimientos, es así que el número de fotógrafos aficionados aumenta día con día.

Para finalizar es necesario decir que la fotografía se ha vuelto indispensable en la ramas de la ciencia y de la industria, además de que invariablemente es capaz de penetrar en todas las clases sociales, debido a que aún hoy, para el ser humano es un sinónimo de objetividad y documento incuestionable. La sociedad le ha conferido usos y valores definidos, es decir, sentidos nostálgico, amoroso, sentimental, testimonial, etc. donde la racionalidad y la estética poco o nada tienen que ver; se le atribuye una distintiva fuerza, se convierten en objetos de fe y veneración, debido a la huella física que, de algunas personas podemos sujetar entre las manos. Dubois lo define como "presencia que afirma la ausencia; ausencia que afirma la presencia".¹¹

¹¹ Dubois Philippe, "El acto fotográfico", página 77.

1.3 Ejemplo fotográfico

La relación entre la fotografía y la sociedad es ahora de amplia interrelación. La sociedad ha aceptado a la fotografía como una herramienta de múltiples usos, tanto los ya descritos, como los utilitarios relacionados con la ciencia y otras actividades, y los enfocados hacia la información y al diseño gráfico, los cuales veremos en adelante.

Para finalizar "gráficamente" éste primer capítulo, presento una imagen fotográfica de mi propia colección, para ilustrar lo anteriormente expuesto.

Esta imagen es la *Foto de Bodas* de mis abuelos maternos, tomada en 1918, probablemente en el Estudio Bosquet (ubicado en la 1ª calle de Ayuntamiento No. 3) de la Ciudad de México; y que reúne características fotográficas del época, además de que se puede considerar como un documento informativo, puesto que es posible apreciar rasgos propios de la sociedad mexicana durante los primeros años de este siglo.

Primeramente, esta es un registro veraz de este suceso; en segundo término en el aspecto fotográfico apreciamos, por ejemplo el telón de fondo pintado con esfumado para evitar competencia con el motivo central, la ligera rigidez de los personajes, y la impresión en color sepia, y por supuesto el notable deterioro causado en más setenta años,



Capítulo 2

Capítulo 2

Tipología del trabajo fotográfico

◆ Tal como se pudo apreciar en el capítulo anterior, la fotografía es una labor que ha tenido que luchar para ser aceptada en ciertos círculos, pero en otros la confianza puesta en ella es total; sus usos han sido y son muy variados, pero los que aquí nos interesan son los encaminados al aspecto comercial, al aspecto en que la fotografía es utilizada con un fin específico, donde tiene un fin utilitario.

Para ello, se dividió éste capítulo en cuatro apartados; el primero, donde se habla con respecto al reportaje y al periodismo, actividad iniciada, a fines del siglo XIX -como ya se vió- aunque su gran auge inició en éste siglo, y de los factores que permitieron el desarrollo de ella.

El segundo, por un lado se refiere a las publicaciones que basaron su contenido en las imágenes fotográficas, invirtiendo en esto todos sus recursos, dándole prioridad sobre cualquier otra cosa; por otro lado la introducción y la adopción por las grandes masas de la fotografía para fines *domésticos*, lo cual no es simplemente eso, sino el **gran negocio** que significa, dada la *necesidad* de la gente de ver, poseer y “tomar fotos”, lo que nos habla de la veracidad y confianza conferida en ella.

El tercer apartado tiene como finalidad describir los conceptos y el **compromiso** que muchos fotógrafos poseen y **expresan** tanto en palabras como en imágenes; los cuales resultan cien por ciento rescatables para los términos del diseño gráfico. Como síntesis a lo anteriormente expuesto, la última subdivisión se presenta con el fin de mostrar un imagen representativa de la información desarrollada y expuesta previamente.

2.1 El reportaje y fotoperiodismo

El fotógrafo de prensa es, definitivamente, un periodista, los ojos de la prensa, y como tales deben ser igual o más ágiles que el reportero común, ya que aquel puede reorganizar la noticia con versiones de quienes presenciaron el suceso, y así redactar; pero el fotógrafo que no esté presente en sitio y al momento determinados, ha perdido cualquier oportunidad de hacerse de la imagen que representó o acompañó al evento, a la noticia.

El fotógrafo de prensa debe poseer conciencia de su *tiempo y circunstancias*.

El fotoperiodismo madura como actividad profesional en Alemania, en este siglo, después de la Primera Guerra Mundial, en la época en que la formación republicana de Weimar (años veinte) está al frente en éste país. Los primeros reporteros fueron los que, con su audacia, precisión, oportunidad y elegancia, le dieron prestigio al oficio.

Existieron dos revistas alemanas que destacaron, una de Munich y la otra de Berlín, poseían circulación mundial, con ellas se inicia el prestigio de la fotografía de Alemania.

Las fotografías han empezado a **reemplazar** a los dibujos y grabados; por lo cual la necesidad de disponer de imágenes fotográficas crece. Así, los fotógrafos cobran respeto en muchos círculos sociales, pues ya no son simples subalternos, sino verdaderos caballeros cuya labor trasciende; en consecuencia son hábiles en el manejo de cámara de gran formato, en la toma de decisiones, y en su presentación personal.

El más célebre de ellos es el Doctor Erich Salomon, quién en sólo cinco años -de 1928 a 1933- obtiene las más destacadas imágenes de su tiempo: captó fotografías de personalidades de la política, el arte, las ciencias y las personalidades más relevantes del citado período; fue capaz de apreciar cualquier evento.



"La fotografía cándida". Conferencia en La Haya, por Erich Salomon; 1930

“Hay que pelear contra el tiempo,... ante todo hay que tener una paciencia infinita... estar al corriente de los acontecimientos y enterarse donde se desarrollan”,¹² decía el Doctor Salomon.

Pero ¿cual era la situación del fotoreportaje en aquel tiempo? Para 1925 ya es posible obtener fotografías sin flashes, dado el avance en la sensibilidad de las emulsiones; hay que recordar que antes de los flashes se utilizaban luces de magnesio que provocaban una gran explosión humo y un desagradable olor. El Doctor Salomon, aprovechando esto, se dedicó a tomar fotografías en interiores y así captó a toda clase de sujetos sin que estos se dieran por enterados, es decir, sin pose, lo que se conoció como “fotografía cándida”. La experiencia de Salomon contribuyó al perfeccionamiento de los disparadores para que fueran más silenciosos.

Las revistas alemanas, y europeas en general, se disputaban las fotos del Doctor, sin importar el precio a pagar. Era más valiosa y destacada la emoción y el tema, que la nitidez.

Como Salomon existieron muchos fotógrafos en esa época, nacidos del reportaje y de las agencias de noticias, que mundialmente, ya comenzaban a hacerse presentes. Para el año de 1930 las revistas ilustradas recurrieron a secuencias de fotografías para sus notas, así la continuidad de imágenes se aprovecha para poder comunicar eficientemente una idea -un suceso-.

Esta mentalidad de apertura en Alemania, se debe en parte, a la *Escuela Bauhaus*, que influyó en la vida económica alemana y mundial.

Con los problemas que trajo consigo la depresión económica, iniciada en la década de los treinta, la situación social en Alemania sufrió grandes cambios: el ascenso de Hitler y el Partido Nacional Socialista al poder significó, entre muchas otras cosas, que la élite nacional -científicos, pensadores y artistas- emigrara principalmente a Francia, Inglaterra, y los Estados Unidos (donde se manifestará su influencia); y los que permanecieron en el país sufrieron la consecuencia: la represión; entre ellos “*Her Doctor*” Erich Salomon, quien murió lamentablemente en Auschwitz, en 1944.

Simultáneamente, en México la fotografía de reportaje o de prensa también se desarrolla, y posee sus nombres y datos destacados:

Surgió a principios del siglo XX, tiene como sus primeros representantes a Ezequiel Alvarez Tostado (quién posteriormente instalará un taller de rotograbado), Agustín Victor Casasola (quién era periodista, y que al empuñar

¹² Freund Gisèle, Op. cit. página 105.

la cámara fotográfica, tuvo una visión clara del sentido histórico de su profesión), Antonio Garduño y otros más.

El oficio crece, y el material válido de fotografiar en aquellos años, debido a los sucesos políticos, también aumenta, por lo que en 1911 se dió el primer gran paso en nuestro país, se fundó la "Asociación de Fotógrafos de Prensa", presidida por el señor Casasola.

Para 1912 el mismo Casasola e Ignacio Herreras fundaron la "Agencia Mexicana de Información Gráfica"; posteriormente cuando el conflicto bélico hubo pasado, la Asociación alcanza nivel nacional, al tiempo que los fotógrafos cobran conciencia de su función en los tirajes periodísticos y de su enfoque personales como profesionales.¹³

Para la década de los treinta, surgió Agustín Jiménez, un excelente fotógrafo poco recordado, que según se dijo había captado composiciones más expresivas que Weston y Modotti. Expuso en Estados Unidos con la ayuda de Alma Reed, además publicó su trabajo de reportaje en Europa. Posteriormente se inclinó más por la imagen móvil que por la fija, y se dedicó al cine como camarógrafo.

Los fotógrafos españoles Faustino del Castillo y Francisco Souza constituyeron una destacada página en la historia del periodismo mexicano. Ellos presenciaron y registraron la represión en Madrid del 1º de mayo de 1930, luego recorrieron también los frentes republicanos durante la Guerra Civil, y cuando finalizó ésta se exiliaron en México, donde crearon la "Hermandad de los Mayo" en recuerdo de aquella situación que los unió. Ya establecida, la hermandad creció con miembros mexicanos (*Julio* en 1947 y *Pablo* en 1952); trabajaron tanto por su cuenta, como para alguna publicación, pero su determinación por el trabajo contribuyó a profesionalizar el oficio por lo cual son protagonistas de la década de los cuarentas.¹⁴

Otro fotógrafo distinguido es Ignacio López Bocanegra (*Nacho López*), discípulo de Don Manuel Alvarez Bravo. Nacho nació en Tampico, Tamps. en 1923, desde los nueve años mostró inclinación por la fotografía. Trabajó en la Universidad Central de Venezuela, ha sido camarógrafo de noticieros y revistas filmicas, fotógrafo y redactor de la revistas "*Hoy*", "*Siempre!*", "*Mañana*" y del periódico "*Unomasuno*".

¹³ "Fotografía de Prensa en México", página 88

¹⁴ *Ibidem*, página 93.



Fotografía de reportaje en México.
Por Nacho López. (Sin título).

Participó en el movimiento plástico "*Los interioristas*" de 1961 a 1963. Trabajó en el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la U.N.A.M., y en la Facultad de Artes Plásticas de la Universidad Veracruzana. Nacho López penetró en la cotidianidad de la vida de la ciudad de México en las décadas de los cuarentas hasta los sesentas, sus imágenes son sinónimos de esa determinada época, su penetración con el oficio es una muestra relevante de trabajo. "Su arte no documenta una época, sino todas las épocas".¹⁵

Muchas situaciones contribuyeron al mejoramiento del oficio, pero dos son decisivas en su desarrollo; la primera ya se mencionó (los flashes electrónicos), la segunda corrió a cargo de Oskar Barnack, Director de Investigaciones de la compañía Leitz en 1911. Barnack era aficionado a la fotografía desde joven, pero no era un hombre muy robusto como para cargar una cámara de cajón, él buscaba una cámara portátil y recargable.

Cuando estuvo al frente de dicho laboratorio dedicado a la óptica, decidió desarrollar un aparato que se ajustara a tales características. Trabajó quince años en esa idea, hasta que en la Feria de Leipzig de 1925 se presentó por fin la cámara **Leica**, que usaría película de 35mm más sensible, hecha de acetato, más fácil de manipular y a la vanguardia de los adelantos técnicos y ópticos.

Como comentario final, es posible apuntar que la era de las publicaciones y uso de la fotografía en los medios impresos se inició en 1888, en el "New York Daily Graphic", con una imagen de Stephen Horgan.¹⁶

¹⁵ Benítez Fernando, presentación en "Yo, el ciudadano", página 10.

¹⁶ "Fotografía de Prensa en México". Op. cit. página 87.

2.2 Fotografía comercial

Su consolidación se halla cercanamente establecida con el fotoperiodismo, surgido en los años veinte. La élite intelectual alemana se exilió de su patria como consecuencia del ascenso del Partido Nacional Socialista al poder; la presión causó el amordazamiento de la prensa -antes progresista-; los exiliados se establecieron en Europa occidental y en Estados Unidos, donde continuarían su labor.

En 1928, la revista francesa "*Vu*" inició su destacado desempeño periodístico. Estaba dirigida por Lucien Voguel, hombre de ideas revolucionarias, quien se percató claramente de la situación mundial reinante e invitó a escritores y fotógrafos a colaborar en su empresa, entre ellos destacan Andre Kertesz y Robert Capa. El 1º de marzo del mismo año, aparece el primer número de "*Vu*", que con notoria preponderancia de las fotografías, marcaría en los futuro una ruta periodística; presentaba imágenes de todo el mundo, tocando todos los temas de interés.

Dicha publicación se considera como influencia directa y notoria de la revista norteamericana "*Life*" por donde pasaron los mejores fotógrafos de cuatro décadas, de 1936 a 1972. Entre ellos destacan: Henri Cartier-Bresson, Robert Capa, Alfred Eisenstaedt, Margaret Bourke-White, Eugene Smith, Lennart Nilson, entre otros.

La intención de "*Life*", propiedad de Henry R. Luce, era similar a la de "*Vu*", se contaban historias basándose en imágenes fotográficas; la influencia publicitaria fue destacada: por primera vez los anunciantes tuvieron tanto espacio y pagaron altas sumas de dinero.

Para que esta empresa tuviera éxito fue necesario coordinar un verdadero ejército humano para la elaboración de sus ediciones, es decir que cada sección debía cubrir su misión casi cronométricamente, dada la circulación a nivel mundial.



"Life Begins" (La vida comienza) primera foto del primer número de la revista *"Life"*.

Su intención se situaba en despertar la curiosidad y el interés de su público, tocando problemas comunes, popularizar la ciencia y el conocimiento para que fueran accesibles a todo el público.

Esta empresa debido a sus pretensiones se convirtió en un monstruo y los problemas financieros se hicieron sensibles: enormes erogaciones para cubrir los reportajes (los funerales de Winston Churchill) ¹⁷ por ejemplo, y demás necesidades trajeron en consecuencia a la revista un déficit cada vez más problemático, hasta que la decisión de cerrar fue tomada. Con su último número el día 28 de diciembre de 1972, culmina una época completa en las aplicaciones de la fotografía, propia del siglo XX.

Por otra parte la fotografía no ha sido exclusiva de unos cuantos personajes, todo lo contrario. Han existido y existen empresas dedicadas expresamente a la fotografía en forma comercial, una de ellas es *Kodak*, propiedad de George Eastman, quien de forma visionaria simplificó y comercializó las cámaras y las películas; en 1888 lanzó al mercado la primera cámara para aficionados; a partir de entonces han surgido muchas y notorias mejoras. En una palabra, Kodak captó las posibilidades de un mercado de masas.

Actualmente, como sabemos, vende cámaras películas, productos químicos para revelado, productos para fotografía profesional y para fotografía especializada, etc. Dos situaciones destacables del avance mercantil de Kodak son: primeramente, la popularización de la película de color, que existe desde 1937, y que sólo hasta después de la Segunda Guerra fue posible publicar tales fotos en los medios masivos, lo cual incitó la utilización de ella en el mercado de los aficionados; en 1949 se comercializó la película de color en Estados Unidos. La otra situación es sin lugar a dudas, factor decisivo en la afirmación de la fotografía dentro de las costumbres humanas: la cámara compacta.

La cámara compacta o de bolsillo surgió al mercado en 1963, pero sólo es hasta 1972 que Kodak la perfeccionó y comercializó con la denominación de "*Instamatic*". Obviamente las acciones de Kodak registraron importantes incrementos en la bolsa de valores.

Otro rasgo, propio del siglo XX -que inicialmente fomentó la aceptación de las fotografías a nivel popular- es el hecho de vacacionar y de tener tiempo libre, lo

¹⁷ Freund, Op. Cit. página 130.

que propicia que grandes masas se desplacen de un sitio a otro, de un país a otro; donde la mayor parte de los recorridos se hacen contra reloj, y la única *solución* a ello es recurrir a la veloz impresión fotográfica, para testimoniar la estancia en tales sitios; fotografiar y luego pensar.

Sencillamente, en 1972 los aficionados en Estados Unidos, apretaron cinco mil millones de veces los disparadores de sus cámaras ¹⁸, y el pronóstico era que esa enorme cifra aumentaría.

La principal compañía competidora de Kodak, la representa *Polaroid*; un descubrimiento sobresaliente que es capaz de revelar, imprimir y fijar una imagen en cuestión de minutos, sin necesidad de un cuarto oscuro. Inventada por el estadounidense Edwin Robert Land, para 1963 es perfeccionada en la variante de fotografía en color, con las consecuentes gigantescas ventas.

La competencia entre estos dos consorcios ha sido incansable, sin contar que los japoneses se incorporaron al mercado después de la Segunda Guerra, colocándose en la fotografía y en el cine, especialmente.

En resumen, los aparatos son cada vez más perfeccionados con la ayuda electrónica (influencia japonesa): es casi imposible fallar, lo que es un enorme atractivo para las masas de consumidores.

La fotografía (imagen fija) fue el punto de partida para el cinematógrafo y la televisión (imagen móvil), sin ella no hubieran existido nunca. La fotografía ha llegado a convertirse en el lenguaje más común en nuestra cultura.

¹⁸ Ibidem, página 178.

2.3 Expresión artística

El prestigio de la fotografía ha tenido notorios altibajos, a raíz de la gran controversia que suscitan sus usos y su intención. Sólo hasta este siglo, se han diferenciado claramente las aplicaciones y los oficios fotográficos, es decir, existen los fotógrafos de eventos sociales, los reporteros, los de fines publicitarios, los de fines científicos y los que enfocan su esfuerzo a la producción de obra artística fotográfica. En este renglón podemos aún diferenciar entre fotógrafos que plasman sus personales aspiraciones artísticas, y quienes expresan sus sentimientos, a través de problemas humanos.

Un alto porcentaje de los artistas de la lente iniciaron en otra rama de la actividad creadora o la comparten con la fotografía.

Man Ray llegó a la ejecución de sus rayogramas tras largo esfuerzo; él era pintor y poseía además, conocimientos de óptica; se inició fotografiando la obra de otros artistas, es decir, casualmente.

Plasmó sus inquietudes personales a base de la experimentación, y definió sus resultados como "la escritura automática de los objetos", y cuando le dijeron a Man Ray que él se estaba adelantando a su época, simplemente respondió: "Yo correspondo a mi época, ustedes están retrasados de época."¹⁹

John Heartfield, de nacionalidad alemana, practicaba una especie de montaje; realizó alrededor de 1920 una mezcla de fotografías y dibujos, lo cual llegó a ser una poderosa arma política en Alemania.

Lászlo Moholy-Nagy, quién además era escultor, cineasta y pintor integrado al movimiento dadaísta en 1920 concentró su labor en los fotogramas. Para 1922 Walter Gropius lo invitó a la renombrada Escuela Bauhaus, tras haber expuesto su obra en Berlín. El afirmó que la discusión entre la pintura y la fotografía es falsa, ya que ésta es una nueva forma dentro de la creación óptica y tiene sus propias leyes. Marshall McLuhan se ha inspirado en las propuestas del húngaro Moholy-Nagy.

¹⁹ Hill. Paul y Cooper.Thomas."Diálogo con la fotografía". página 18.

En el año 1923 vino a México Edward Weston, quien es una de las más claras influencias y directrices de la fotografía mexicana; el junto con Tina Modotti, conjuntaron su sensibilidad con la expresiva vida popular de nuestro país, por lo que revaloraron a la fotografía, aún en los círculos intelectuales.

Acerca de Edward Weston se afirmó que poseía una mirada selectiva de acertada desición; "la fotografía tomará su lugar entre las artes creadoras, sólo cuando esté acompañada de sinceridad y de una comprensión sólida" ²⁰; Weston fue enormemente criticado por algunas de sus imágenes, a lo que respondió: "Los espiritúos timoratos....no entenderán nunca que esta estructura de pocelana blanca es tan hermosa como una flor...."²¹. Su hijo, Brett Weston, también fotógrafo y además aventurero, afirmó en una entrevista que cuando toma una foto sólo piensa en ella: "No pienso en términos de revistas o promociones, fotografo por el amor y la exitación de hacerlo". ²²

En aquellos años, de Tina se decía que era el ejemplo de la percepción moderna, de belleza original, que reorganizaba la luz y los volúmenes, y que con su obra sugería que la nuevas formas de la actividad eran fuentes nuevas de belleza. Tina fue deportada en 1930 por sus tendencias políticas (Alvarez Bravo fue la única persona que estuvo en la estación para despedirla).

De entre los grandes creadores de imágenes, hay algunos que demuestran su compromiso social, volviendo a Moholy-Nagy encontraremos que afirma la responsabilidad social de su oficio, y que el valor fotográfico debe medirse sobretudo por la intensidad humana y social. El francés Brassai admitió que su actividad se enfocaba hacia el periodismo, "pero periodismo en profundidad, sobre mi ciudad (París) y las épocas en que he vivido" ²³, y lo complementa diciendo que "no son los sociólogos los que aportan una visión de ello (*de la sociedad*) sino los fotógrafos, que son observadores en el centro mismo de su época." ²⁴

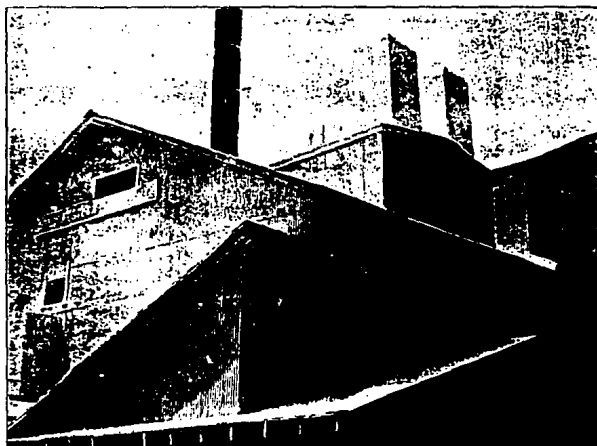
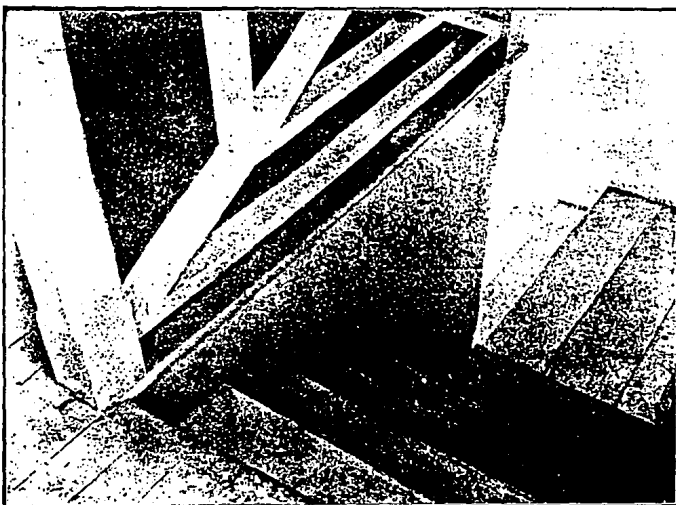
²⁰ "Forma". Num. 7. Vol.II. página 17.

²¹ Ibidem. página 18.

²² Hill y Cooper. Op. cit. página 206.

²³ Ibidem. página 44.

²⁴ Ibidem. página 44.



Fotografías de Tina Modotti y Edward Weston (abajo), ambas sin título.

"Fotografiar es reconocer en un mismo instante, un hecho y la organización rigurosa de las formas percibidas... es poner en línea de mira la cabeza, el ojo y el corazón" ²⁵ dijo Henri Cartier-Bresson, ampliándonos el concepto que Brett Weston definió tan escuetamente, y que nos habla de la emoción y el compromiso que estos observadores sienten con la máquina fotográfica entre las manos. Al respecto el mismo Cartier-Bresson dijo que la "foto" le resultaba como un momento supremo capturado sobre papel.

André Kertész expresó que la técnica es importante y que se debe dominar para comunicar como se desea, "¡Hay que sentir lo que se hace!... la técnica es sólo el mínimo en la fotografía". ²⁶

El francés Robert Doisneau aporta muchos conceptos acerca de la emoción y la oportunidad, que siente como fotógrafo; dijo que el podía encontrar un sitio, "una escena", y en ese "pequeño teatro" esperaba a que algo surgiera, pero él sabía de antemano que clase de espectáculo podía presenciar; indicó por otro lado, la necesidad de crear y permitir la lectura visual en una imagen; además de que él se consideraba parte del entorno en que vivía -aún con la cámara al hombro- lo que le permitió retratar sinceramente su ambiente, "no soy un turista" ²⁷ dijo.

En cuanto a lo que la fotografía artística se refiere, existen en México destacados exponentes, quienes con su trabajo han dado renombre a nivel mundial a ésta actividad en nuestro país; entre ellos se encuentra Lázaro Blanco, quien nació en Cd. Juárez en 1938, en 1966 ingresó al Club Fotográfico de México, y en 1968 coordinó el Fondo Internacional de Fotografía para los XIX Juegos Olímpicos en México. Ese mismo año inició las actividades del Taller de Fotografía de la Casa del Lago, las que hasta fecha continúan; sus labores abarcan la museografía, la crítica, la redacción de artículos y la fotografía; ha expuesto su obra en México y en el extranjero en países como Estados Unidos, Suecia, Alemania, Brasil, Cuba, Francia e Italia, además de haber recibido innumerables premios a nivel nacional e internacional.

Por otro lado está don Manuel Álvarez Bravo, quien cuenta ya con un enorme trayectoria en esta disciplina. Nació en la Ciudad de México en 1902, en 1925 obtuvo un 1er. premio en un concurso fotográfico en Oaxaca; debido a su

²⁵ Ibidem, página 77.

²⁶ Ibidem, página 50.

²⁷ Ibidem, página 85.

amistad con Tina Modotti, consigue que Edward Weston analice su obra y le otorgue su aval, lo cual resulta su confirmación en el oficio; cuando Tina salió del país, Alvarez Bravo ocupó su sitio como fotógrafo de los muralistas; logró su primera exposición individual en 1932, y tres años después compartió las galerías del Palacio de Bellas Artes con Henri Cartier-Bresson; ésta exposición se conmemoró cincuenta años después en el mismo sitio que ocuparon sus obras con la repetición del evento. Dice Teresa del Conde que “el fotógrafo es capaz de devolver la vida a lo que retrata, así se trate de un pájaro muerto”²⁸, refiriéndose a la obra de don Manuel, y a su capacidad de percepción; ya que tal capacidad está fundamentada en los conocimientos que posee, por su sensibilidad. Su trabajo en lo fotográfico estuvo influenciado por el movimiento surrealista, es decir por los procedimientos instantáneo y automático.

Ciertamente André Breton quedó fascinado con las imágenes de Alvarez Bravo, quien alguna vez dijo: “cuando uno toma las cosas que ve con un sentido cotidiano, resultan surrealistas”²⁹

Don Manuel ha desarrollado a través del tiempo un estilo personal, y en cuanto a las características propias de su trabajo, él ha referido los siguientes conceptos:

“Yo no corto mis visiones, se quedan como las percibí”; “No *tiento* nada, si desplazo algo se rompe la composición. Jamás *tiento*.”; “Nunca me gustó hacer la fotos con procedimientos raros para disfrazar la realidad”; “Mi obra es de encargo. No es un encargo explícito, sino implícito de la sociedad en la que estoy viviendo”.³⁰

Por otra parte, la definición más acertada en cuanto a los parecidos de la fotografía con otras artes, corre a cargo de Doisneau, dicho concepto reivindica al oficio enormemente, y demuestra hasta que punto el francés la valora: “La poesía y la fotografía están más cercanas que la pintura y la fotografía... es tomar dentro del lenguaje expresiones usadas y gastadas, colocándolas en una especie de anillo, para que brillen”.³¹

El trabajo fotográfico está obligado, como todas las disciplinas, creadoras y de comunicación, al avance y a la experimentación, de tal modo que los fotógrafos están constante búsqueda. En particular los fotógrafos mexicanos con base en

²⁸ Conde, Teresa del. presentación en “Mucho Sol”. página 13.

²⁹ Conde. Op. cit., página 11.

³⁰ *Ibidem*, páginas 13, 93, y 94.

³¹ Hill y Cooper. Op. cit., página 104.

su experiencia, han podido comprender la realidad objetiva, y en consecuencia son capaces de crear otra realidad, una alterna, por lo que han sido calificados como hacedores, como constructores.

Entre otros, contamos a Gerardo Suter, Carlos Somonte, Adolfo Patiño, Laura Cohen y Fernando Espejo; su trabajo consiste por un lado, en provocar situaciones, crear escenografías con figuras y objetos, realizar composiciones; por otro manipulan negativos, alteran los procesos del laboratorio a su conveniencia, combinan diversas técnicas, por ejemplo: la pintura y la gráfica; en una palabra, crean otro sentido de la realidad mediante su intervención, que no es otra cosa que una interpretación íntima, en la que plasman sus inquietudes.

32

³² "Revista de Artes Plásticas". Num. 9. Vol. 3. página 13.

2.4 Propuesta Gráfica

Hemos visto la amplia variedad de usos que con la fotografía se manifiestan; se describieron y agruparon los principales, que directa o indirectamente inciden en el aprovechamiento que se haga de la fotografía. Considero que los puntos anteriores generaron normas que aún hoy rigen la conducta de la fotografía, es decir, la determinación de un medio de registro gráfico veraz, la comercialización y la popularización de dicho medio, y la intervención de valores estéticos para lograr un *fino estilo* dentro de la creación visual.

Pretendiendo que aquí se presente una imagen que sea la síntesis de lo antes expresado, he elegido una fotografía de reportaje, que posee primordialmente la contemporaneidad de la actual situación del país.

Se presenta ésta imagen, simulando que la apreciamos dentro de una publicación noticiosa.

No creo que estemos a las puertas de una revuelta popular, dice Robaina



¡Sin garantías! FOTO: EAC.

Las formas de ganarse la vida estos duros días son haciendo zapatos a mano, normalmente con piel robada a alguna empresa estatal. O haciendo muebles de encargo: "un juego de cuarto", como llaman al dormitorio, compuesto por una cama, una mesita de noche y una butaca, cuesta 1,500 pesos, prácticamente el salario mínimo de una persona en un año. Claro que el carpintero da facilidades de pago.

Hay quienes fabrican veneno contra las cucarachas y lo venden de casa en casa. O

sastres que hacen un pantalón con tela robada. Amas de casas que fabrican en sus domicilios "durofríos", helados de hielo con sabores. O hacen pizzas en sus casas y las venden a quienes no tienen horno. Otras simplemente compran cien trozos de pizza en una pizzería estatal a dos pesos y las revenden a tres en la calle.

El político depende del periodista. ¿Pero de quién dependen los periodistas? De los que pagan. Y los que pagan son las agencias, que compran de los periódicos el espacio y de la televisión el tiempo.

Capítulo 3

Capítulo 3

Relación entre el diseño gráfico y la fotografía

◆ Este capítulo tiene como finalidad definir los procesos por los cuales la fotografía fue introducida y valorada como elemento útil, para llegar posteriormente a su integración en los productos del diseño gráfico; las razones definitivamente si las hallaremos en la experimentación de recursos plásticos de principios de siglo.

Se ha dividido en tres apartados que analizaran, primero, las razones de la **inclusión** de la fotografía en las necesidades publicitarias; posteriormente en el segundo, las de susubsistencia en éste ámbito, a más de 60 años de haber ingresado.

Para concluir, en el tercero veremos la propuesta que surgió apartir de una sencilla fotografía, y que con los recursos del diseño gráfico se transformó en un producto publicitario completo.

El mantenerse en el diseño gráfico confirma que su capacidad comunicativa es eficiente; y no es que se trate de halagarla a la más mínima oportunidad, sino que ha llegado para complementar al diseño, como dice Joan Costa.

3.1 ¿Porqué se incluye a la fotografía como elemento del diseño gráfico?

Esta subdivisión pretende analizar las razones de la inserción de la fotografía como recurso del diseño gráfico, partiendo de la revisión de los antecedentes que se consideraron de mayor relevancia; posteriormente se hablará de la Teoría de la Comunicación, puesto que el diseño está incluido en los procesos comunicativos. Es decir que tenemos -esquemáticamente- a un *diseñador-emisor*, a un *diseño-mensaje*, y a un *receptor-público*; estas consideraciones serán halladas dentro del apartado 3.1.2.

Luego repasaremos algunos conceptos que nos aclararán, a modo de breves definiciones para sujetar ésta actividad, los márgenes de acción del diseño; finalizando éste segmento con el trabajo de la *Escuela Bauhaus*, donde dos de sus profesores fueron pilares, a causa de sus propuestas, de lo que conocemos actualmente.

Para tales efectos, lo anterior fue dividido y será presentado en tres apartados.

3.1.1 Antecedentes

La aparición de la fotografía modificó en gran forma parte de las costumbres sociales y oficios humanos; parte de éste proceso ya fue visto en los Capítulos 1 y 2; antes de la fotografía el oficio de la documentación o registro gráfico (copia) estaba en manos de los artistas, ellos producían imágenes informativas de todo tipo. En esa época se dijo que la pintura moriría, pero se hablaba de su sentido informativo estrictamente, no del sentido literal.

Es un hecho definitivo que la pintura, la literatura y la poesía tuvieron que abandonar el **realismo**, mediante un proceso dialéctico. Ya no era posible seguir *describiendo* objetos y acontecimientos, se dirigieron hacia la síntesis y la interpretación, dejaron lo exterior y se ocuparon de un quehacer interior.

Por otra parte, la fotografía ha transformado la sensibilidad y visión del ser humano, su producción masiva y mecánica son definitivas para su aparición en el diseño gráfico, o sea, la interrelación de la artes y la tecnología; la *tecnología en las artes*.

De tal modo, la fotografía se consolida como proveedor de imágenes informativas (registros), y es aceptada por su capacidad de comunicación directa con los espectadores.

La enorme variedad y sucesión de vanguardias artísticas europeas entre 1910 y 1920, se interrelacionó significativamente con una disciplina aún en fase formativa, el diseño gráfico; este fenómeno, tan propio del siglo XX, le proporcionó en definitiva un amplio repertorio de posibilidades al diseño, siendo que las condiciones conceptuales de dicho repertorio ya las habían planteado las vanguardias.

Las formas abstractas fueron aceptadas por el diseño en búsqueda de su identidad, por ejemplo: la fotografía (que es una abstracción, en tanto que representa una realidad cromática en otra de dos colores y sus matices), el uso del color con intención psicológica, la revolución tipográfica, el collage, etc.

Entre esas vanguardias, encontramos al *Futurismo*, el cual, encabezado por Filippo Tomaso Marinetti, le concedió a las formas tipográficas una importancia fuera de lo común, asignándole formas plásticas, ya que la consideraban como un "entidad pictórica", puesto que debería reforzar los contenidos escritos, valor que hasta la fecha se considera vigente.

El *Cubismo*, a diferencia de otras tendencias, se cimenta en análisis estrictamente formales, y su asimilación por el diseño gráfico no fue fácil; su integración llegó varios años después, una vez que se comprensión se hubo logrado, y su aplicación alimentará a los carteles y al diseño editorial, especialmente.

El *Surrealismo* absorbió lo absurdo del Dadaísmo, y una vez asimilado, se desenvolverá dentro de las pautas del inconciente; el surrealismo provoca antagonismos visuales, y ejerce aún gran interés en los creadores de imágenes, quienes siguen recurriendo a él; es creador de sorpresa proponiendo composiciones insólitas, dado lo cual utiliza en la publicidad desde 1924.

Como ya fue visto, los fotomontajistas alemanes sorprendieron a la opinión pública con sus propuestas que representan lo imposible o lo fantástico. La razón de esto radica en que los Dadaístas en Zurich usaron hábilmente la fotografía, fueron el primer grupo artístico que lo hizo; más adelante los Dadaístas de Berlín teorizaron y prosiguieron en ésta línea de trabajo.

Los fotomontajes que se propagaron en Berlín a partir de 1920, se ubican claramente en su contexto histórico: el conflicto social, la República de Weimar, los residuos de la Guerra y el paisaje urbano; estos resultados incluyen además ilustraciones y tipografía; se publicaron en periódicos y revistas, o en forma de carteles o manifiestos. Esta es una de las primeras formas organizadas e intencionadas de comunicación gráfica a un nivel masivo. La expresión gráfica del Dada ha sido recogida por el diseño, reinsertándola en la misma sociedad que la rechazó.

John Heartfield (anteriormente mencionado) también es pieza decisiva, puesto que el carácter de su montaje se puede definir como incisivo, y su gran aportación consiste en reconocer a la fotografía como medio de comunicación masivo y de su capacidad de reproducción. Heartfield ya estaba utilizando la fotografía en el ambiente publicitario: en la confección de portadas de libros. Existen tres personas más que fueron determinantes en el proceso de integración de la fotografía al diseño gráfico, uno de ellos es A. M. Cassandre, quien era cartelista, pero curiosamente no era fotógrafo, ni fotomontajista, sino que supo conjuntar los elementos básicos: tipografía, ilustración y fotografía, en sus

propuestas gráficas; en 1932 concluyó el cartel “*Wagon Bar*”, donde incluyo atinadamente elementos fotográficos y no fotográficos.

Otro es el ruso El Lissitsky, diseñador de ideología marxista, quien desarrolló su actividad reuniendo el *Constructivismo ruso*³³ y el diseño fotográfico; trabajó con Malevitch y Tatlin, artistas de dicha corriente, y también con la Bauhaus, su trabajo suscitó enorme sorpresa por su modo de comunicación directo, popular y apegado a sus ideales.

El último de ellos es el suizo Herbert Matter, su obra es una especie de combinación de diseño y fotografía, su gran aportación es una serie de carteles que realizo para Oficina nacional de Turismo de Suiza durante los años treinta, en los que la fotografía fue un elemento decisivo. De este modo se preparó el terreno para el “diseño fotográfico”; algunos de los diseñadores emigraron a los Estados Unidos, quienes forjaron a una generación de diseñadores que reformaron la comunicación visual norteamericana.

En otro orden de ideas, podría decirse que el responsable del nivel masivo que ha alcanzado la fotografía en nuestros días, es Henry Fox Talbot, puesto que de la “talbotipia” surgieron los negativos. Con ellos es posible lograr la reproducción en serie de imágenes, ya que a fines del siglo XIX, apareció la trama de medio tono, que es otro invento muy ligado a ella, y permite dar la ilusión de profundidad y volúmen a una reproducción, notablemente mejor que la que permitan los grabados. Los libros, las revistas, por lo pronto, y la publicidad en lo futuro, no podían rehusar el aprovechamiento de la fotografía, dados los rasgos que le caracterizan; los constantes avances técnicos en cuanto a reproducción e impresión, la respaldan.

Es interesante hacer mención a lo que indica Marshall McLuhan acerca de que la fotografía y sus derivados -el cine, la televisión- dividen la historia en dos: la Era del Hombre Tipográfico y luego en la Era del Hombre Gráfico.³⁴

³³ El Constructivismo es un movimiento artístico y literario surgido en Rusia en 1913 y basado en las concepciones de Vladimir Tatlin; en el campo artístico y arquitectónico se inspira en las formas abstractas y geométricas; exalta la técnica y la industrialización.

³⁴ McLuhan, Marshall. “La comprensión de los medios como las extensiones de hombre”. página 236.



Carteles de A.M. Casandre, "The Wagon Bar" y "Pernod Filis" (abajo).



Carteles de El Lisstisky y de Herbert Matter (abajo).

3.1.2 ¿Cuál es la función de la Teoría de la Comunicación?

El diseño gráfico es una actividad que depende y se desenvuelve **definitivamente** con el contacto la respuesta de una “audiencia” (sí podemos llamarla así en un primer intento), dado lo cual es necesario mencionar los procesos por los que se da el acercamiento o contacto entre personas, para lo que podemos recurrir a la teoría de la Comunicación.

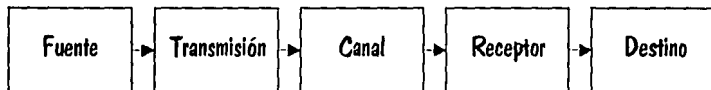
En primer lugar, Comunicación es un término complejo, con muy variadas acepciones, no posee una definición exacta que nos lleve a una interpretación precisa, pues igual se habla del trato entre personas, de la unión entre ciertas cosas: pueblos, casas, etc., con pasos, vías, canales, escaleras, etc., de documentos, de participar a otra persona de algún suceso, pero todos dejan fuera a los lenguajes no vocales, o a los lenguajes particulares desarrollados por los medios de comunicación, ya sean icónicos o icónico-verbales; pero tratando de sintetizar comunicación es *interacción humana*.

O más analíticamente, nos referiremos al proceso de acciones de un miembro o miembros pertenecientes de un grupo social, que son percibidas o interpretadas significativamente por otro u otros miembros de ese grupo.³⁵

El interés y el análisis de éstos fenómenos, arranca en las primeras décadas del siglo XX, debido a los nuevos acomodos sociales que habían surgido y a los que se estaban gestando, por otra parte a los progresos técnicos y a los avances registrados en las comunicaciones; por tales razones son muy variadas las ciencias que influyen en este acercamiento al conocimiento humano, podemos contar a la antropología social, a la lingüística, a la sociología y a la psicología, principalmente.

³⁵ Roda Salinas, Fernando y Beltrán de Tena, Rosario. “Información y comunicación” página 41.

Existen esquemas basados en distintas concepciones de esta teoría, por ejemplo, Claude Shannon, quien sostuvo la Teoría Matemática de la Comunicación, y propuso esquema que está de acuerdo con su postura:



La propuesta que hace Shannon, fue realizada a partir de la labor que desempeñó en una compañía de telégrafos, dada la necesidad de sintetizar ese proceso de comunicación, por lo cual es conocido como el *Modelo Lineal o Telegráfico*; este modelo es realmente limitado para formular una teoría, pero su valor reside en que a partir de él se ha tratado de elaborar, a través de varias escuelas o perspectivas, un modelo que realmente represente a la totalidad de variables que componen a la comunicación.

Podemos en primer término, mencionar a la perspectiva *mecanicista*, en la que hay varias posturas teóricas, pero entre ellas, es posible apoyarse en Fisher, puesto que su perspectiva es la más divulgada y dominante³⁶; la que Shannon propuso, queda dentro de ella, con la diferencia de que se agrega el factor del *"feed back"* (retroalimentación). La mayor preocupación para los mecanicistas es analizar con detenimiento al *canal*, y que la transmisión sea fiel.

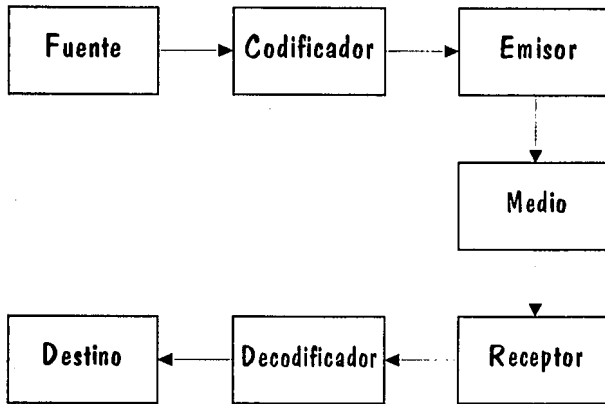
Las definiciones mecanicistas consisten en indicar al emisor como el elemento que envía o emite señales, al receptor como el que capta las señales, es decir un destinatario; pero donde concentra sus esfuerzos es en el canal, puesto que la calidad y la cantidad de las transmisiones dependen de él; esto es, todo el proceso, según esta perspectiva recae sobre el canal, porque consideran que es el soporte de los mensajes.

Pero es necesario analizar que aquí intervienen algunos elementos que Shannon no incluyó, es decir, diferenciar los dispositivos de codificación, puesto que al emitir un cierto mensaje, sea cual fuere, se necesita hacerlo de *algún modo especial* para que se dirija hacia su destinatario, quien luego necesitará de algún otro *modo especial*, analizar y comprender dicho mensaje.³⁷ Estos modos de

³⁶ Roda y Beltrán, Op. cit., página 67.

³⁷ Ibidem, página 68.

decir e interpretar un mensaje son los dispositivos para codificar y decodificar; más concretamente, esto se definió al enfrentarse a ciertas situaciones de comunicación en las que intervenían aparatos mecánicos: no es posible considerar a un aparato emisor telegráfico, como el real emisor de un mensaje, como tampoco es posible suponer a un aparato radioreceptor como el destinatario final de una transmisión radiofónica; ellos sólo son los medios por los que se codifica y decodifica un mensaje dado. El modelo propuesto a partir de esto sería:³⁸



Tal esquema ya presenta una solución, hablamos de la *fuentes* como la entidad que tiene la voluntad o la necesidad de emitir un mensaje cualquiera, para lo cual recurre a un *codificador* que transforma mensajes en signos, que son capaces de ser *emitidos* por un *medio* determinado, hacia un *receptor* -físicamente hablando-, que permitirá la *decodificación* para el *destino* del mensaje. Se incluyen además otros conceptos, no esquematizados: *el ruido* (en sentido amplio) que fue definido como cualquier perturbación de la emisión, y esto puede ser por alteraciones técnicas o de ambiente. También se define a la *redundancia* que es el hecho de transmitir mayor mensaje con la misma o menor cantidad de información contenida, pero que no es tan vano como desperdiciar espacio o

³⁸ Ibidem, página 75.

tiempo sin el mayor sentido, sirve para asegurar que las fallas -ruido- que pudiese tener el canal de transmisión no afecten a la recepción.

La tendencia mecanicista planteada por Fisher tiene gran aplicabilidad en lo concerniente al diseño gráfico, dado que nos ayudan a esquematizar el proceso de comunicación en el que se halla envuelto; allí apreciamos al *medio*, al *emisora*, al *destino*, y lo que resulta necesario de destacar -para este fin- es el elemento llamado *codificador*, al cual podríamos considerar como "el diseñador y/o lo diseñado", es decir el intermediario entre el origen del mensaje -que podríamos llamar el cliente- y el destino al que se dirige el mensaje -es decir, el público-. Por otra parte sus insistentes estudios sobre el canal, permiten analizar eficazmente el modo en el que se está planteando la información para que se emita eficientemente hacia el receptor, y cubra adecuadamente las posibilidades del canal elegido.

Los anteriores conceptos son de gran importancia para el ambiente publicitario y del diseño; el hecho de que exista ruido, significa que una transmisión puede llegar alterada a su destinatario; pero este ruido, como caso especial, puede estar situado en el mensaje mismo, a causa de una inapropiada concepción y realización.

En lo que se refiere a la redundancia, se debe apuntar ciertamente que la concentración repercute en la economía, pero si la redundancia fuese eliminada se puede correr el riesgo, como veíamos, de dificultar la percepción del mensaje o su completa ineficacia; es decir, el fin de la redundancia es **asegurar** que el mensaje sea recibido y entendido.

Otra perspectiva enfocada hacia la teoría de la Comunicación es la que se deriva de la escuela *psicológica*, la principal diferencia radica en que su atención se sitúa en el receptor y no en el canal, por lo tanto la comunicación es entendida como: la recepción a través de los sentidos, de estímulos de muy distinta naturaleza, que provienen del medio ambiente.³⁹

Para el campo publicitario resulta interesante este planteamiento, pues la recepción eficiente del mensaje emitido, debe repercutir en la conducta posterior del receptor. Entonces el receptor, según esta teoría de orientación conductista, está considerado únicamente como un intermediario entre el estímulo (mensaje) y la conducta (respuesta).

³⁹ *Ibidem*, página 78.

En resumen es posible decir que la teoría de la comunicación apoya al círculo publicitario y en particular, al diseño gráfico, para cumplir su cometido de hacer contacto con una audiencia o grupo de receptores; la teoría es el soporte de este intento visual, puesto que el diseño está en estrecha relación con los procesos de comunicación.

La teoría de la comunicación efectivamente, no es un producto acabado, pero las directrices que ha marcado no pueden ser desatendidas: cada una de las perspectivas que confluyen aportan algo valioso.

Por último, podemos contar una definición más, relacionada con la teoría de la comunicación; no es una teoría propiamente, más bien podría decirse que es una postura enfocada hacia los fines concernientes al diseño gráfico.

Quien la expresa es Daniel Prieto Castillo, y se refiere precisamente a la caracterización del diseño como un proceso inserto en los grupos sociales contemporáneos; en su apreciación dentro de cualquier lapso de tiempo nunca se presenta un sólo proceso de diseño, sino que "siempre hay uno dominante, orientado a satisfacer las demandas de la clase en el poder, pero de ninguna manera es el único".⁴⁰ Definir, entonces al diseño gráfico sólo es posible a través de analizar los procesos dominantes y alternativos en su relación dinámica, donde influyen factores económicos, políticos e ideológicos.

Por lo cual propone el siguiente modelo, que se adapta sobre todo al intento de clasificar al diseño gráfico:

- *El diseñador.* (el individuo que elabora el producto, y que puede o no ser el autor intelectual del mensaje.)
- *Los códigos.* (las reglas de elaboración y combinación de elementos.)
- *Lo diseñado.* (el signo o conjunto de signos conocidos que unidos crean una determinada información.)
- *Los medios y recursos.* (con los que se crea lo diseñado.)
- *El perceptor.* (quien por medio de los sentidos percibe el mensaje emitido.)
- *El referente.* (el tema del mensaje.)
- *El marco de referencia.* (lo conocido, lo vivido, lo valorado.)
- *La formación social.* (la cultura, en sentido amplio, del sujeto que percibe la señal.)

⁴⁰ Prieto Castillo, Daniel. "Diseño y comunicación", página 15.

A través de este recuento podemos encontrar diferentes apreciaciones de la teoría de la comunicación; en todas ellas hallamos puntos dignos de analizar y necesarios de aplicar para la organización de un proyecto de diseño gráfico, pensando siempre que la finalidad es crear un mensaje adecuado en todos sus elementos.

3.1.3 ¿Qué es el Diseño Gráfico?

El diseño gráfico es una actividad nacida como división *técnica* del trabajo artístico, que aparece individualmente en el siglo XX; Juan Acha la define entre las actividades de *finex práctico utilitarios*⁴¹, puesto que pertenece a las *artes aplicadas*. Se diferencia de las artes visuales tradicionales por dos factores principales: primero porque no cuenta con tan amplia libertad, y segundo porque no está destinado a crear o producir objetos, sino que su labor consiste en organizar espacios y volúmenes. Pero su afinidad con las artes visuales radica en que sus actividades son sensitivas y van dirigidas a la sensibilidad; además de que concilia dos funciones que le son vitales: las artísticas y las tecnológicas, puesto que el diseñador tiene contacto permanente con la realidad económica.

Podría definirse al diseño como una respuesta condicionada en la que se reúnen en un solo acto -es decir, sobre el papel- las consideraciones pictográficas -ilustraciones o fotos-, las necesidades tipográficas y sus interrelaciones; puesto que el diseño es una *combinación compleja* de elementos; y que suele alcanzarse por un proceso intuitivo: no caben análisis científicos, ni la aplicación de fórmulas, sin embargo, la *disciplina* en su proceso de elaboración no puede quedar excluida.

El diseño gráfico es una organización en su más simple expresión y su valor reside en un adecuado orden, mediante el cual se "estetiza la lectura de la información"⁴² no la información.

Tal organización de la información está regida por principios psicológicos (de percepción), que como valor antropológico, cambia con el tiempo y la cultura. Por ejemplo, estructurar las páginas de una revista requiere una diversidad gráfica para cada página, para poder crear dinamismo e interés a un tiempo;

⁴¹ Acha, Juan. "Arte y sociedad" página 234.

⁴² Acha. Op. cit., página 238.

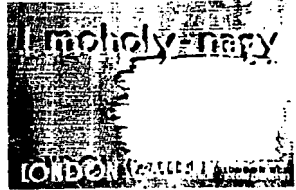
puesto que se han de considerar tanto el color, como las fotografías, entre muchos elementos formales.

La Escuela Bauhaus; fundada por Walter Gropius en Weimar, Alemania en 1919; se orientó inicialmente hacia la arquitectura, a la pintura, y a actividades afines, donde dejó gran influencia, es decir, el diseño gráfico no se contempló en sus planes de estudio en su inicio. Por lo que resulta interesante revisar brevemente la actividad de dos profesores que le abrieron paso y cimentaron los destinos del diseño en esta escuela; ellos son Laszlo Moholy-Nagy y Herbert Bayer.

El húngaro Moholy-Nagy, artista de auténtica vanguardia experimental, ingresó a la Bauhaus en 1923 como profesor, y su presencia fue notable, debido al impulso que le dió a los carteles, catálogos, programas, etc. que en ella se imprimieron; su interés en la tipografía fue enorme, tanto, que en su actitud racionalista, la Bauhaus en esa etapa propuso varios alfabetos compuestos solo en caja baja (que posteriormente fueron desechados por su poca funcionalidad.)

Además de la Tipografía, "*Publicidad*" y "*Creación*" fueron incluidas como asignaturas para el año de 1925, puesto que Moholy-Nagy, con su visión y experiencia, supo conjuntar los aspectos considerados como marginales de la enseñanza.

En 1918 el grupo *Constructivista* marcó una renovación gráfica a través del a fotografía y de la tipografía; la Bauhaus retomó estas dos vías de comunicación ya conocidas y las aplicó, apegándose a sus postulados racionalistas, en la modernización publicitaria. Moholy-Nagy, dada su experimentada visión, consideraba que la fotografía tenía ilimitadas posibilidades como instrumento técnico-mecánico, y en lo concerniente a la tipografía, le reconocía un valor pictórico (tal como los futuristas, cubistas y dadaístas) pero desde un punto de vista pragmático; indicó que por medio de la imprenta los textos son fijados también como *imágenes*, con alto sentido de organización que permita posibilidades compositivas. Propuso un sistema de equilibrio compositivo que llamó "*dinámico- excéntrico*", donde la mirada debe ser dirigida y pasear de un punto a otro sin perderse en la secuencia.



Carteles de Lazlo Moholy-Nagy.

Cuando los nazis llegaron al poder, emigró primero a Inglaterra; en 1937 se trasladó a la ciudad de Chicago, donde fundó y dirigió la *Nueva Bauhaus*. Murió en Chicago en 1946.⁴³

Por otro lado, está Herbert Bayer, quién fue alumno de la escuela en Weimar, y que para el año de 1925 fue nombrado profesor de *Tipografía y Técnica Publicitaria*. La personalidad de Moholy-Nagy influyó en Bayer, tanto en la teoría como en la práctica de su actividad (fotografía publicitaria y de autor) que dominó ampliamente.

Su habilidad le permitió aplicar con acierto las novedades de las vanguardias del momento: el *Constructivismo*, el *Surrealismo*, el fotomontaje y además, las nuevas técnicas, como el aerógrafo.

Bayer dejó la Bauhaus en 1928 y se estableció en Berlín como diseñador, y donde tuvo enormes cantidades de trabajo; hacia 1938 se trasladó a los Estados Unidos, particularmente en Nueva York, trabajando como asesor de grandes compañías ocupadas del diseño gráfico -Walter Thompson, por ejemplo-, hasta su muerte en 1985.⁴⁴

La enseñanza de la Bauhaus tenía la intención de interrelacionar entre sí las disciplinas que impartía; así se explica el desplazamiento del diseño gráfico en otras áreas, es decir, que el diseño se relacionó con la arquitectura, con el diseño industrial, con el teatro, etc., por tal razón su importancia en el proyecto educativo de Gropius es clave, con lo que consiguió definir, posteriormente, los lineamientos de lo que sería esta disciplina.

Otro punto a destacar, es que en la Bauhaus no se consideró al diseño como factor de aplicación comercial solamente, sino que se pretendía que expresara el espíritu de su época. Además de participar como profesor o como alumno, era hacerlo en una aventura de orientación cultural comprometida. Por eso es que sus posturas cimentaron las bases para cualquier escuela posterior de arquitectura, diseño industrial o gráfico; pero lo más nos interesante, es que proporcionó las bases para que surgiera una actividad profesional sólida.

La configuración contemporánea del diseño gráfico se genera a partir de 1950, y ha ampliado su campo de acción a lo largo de estos años, ha sido

⁴³ Satué Enric, "El diseño gráfico", página 157.

⁴⁴ Satué Op. cit., página 160.

die neue linie



Carteles de Herbert Bayer.

influido por el arte gráfico suizo y por el grafismo norteamericano. Se ha definido en tres tipos de orientaciones perfectamente diferenciadas: la *publicidad institucional o de prestigio*, la *publicidad comercial* (productos o servicios) y la *publicidad "humanitaria"* (cultural, de salud o ecológica).

Pero finalmente esta actividad se reduce a caracterizarse como *obra efímera*, puesto que es un producto de consumo.

3.2 ¿ Por qué subsiste todavía esta relación?

Hemos visto durante los capítulos anteriores y en proceso del actual, el desarrollo de las variadas aplicaciones de la fotografía; en primer término el valor de registro, como copia “*fiel*” de la realidad y como retrato; posteriormente las intenciones de aprovechamiento de ella en las actividades periodísticas y en las de testimonio de sucesos y lugares; y las de finalidad artística. Por otro lado tenemos definidos *grosso modo* al diseño gráfico y a la utilidad de la teoría de la comunicación; pero ¿cuál es la relación de toda esa información? ¿Qué es lo que nos dice?

Bien, en primer término que podemos considerar con seguridad que la fotografía desde su surgimiento ha sido un factor que ha causado controversia (el desprecio que le tenía Baudelaire en principio, pero que luego se mandó retratar) y asombro; siempre ha despertado interés entre la gente, que además le confiere valores intrínsecos muy superiores, que confía en ella como información certera, etc. Ha sido objeto de estudios acerca de su situación como signo; además de que es perfectamente sabido que **no es un espejo fiel de la realidad**, puesto que su sistema óptico, así como su percepción parcial, sólo permite observar un fragmento de la realidad.

Pero la fotografía sí ha sido capaz de permear los estratos sociales, resulta aceptable en cualquiera de ellos, razón por la que los medios periodísticos e informativos la adoptaron, dado que les permitía presentar las actualidades más frescas a sus lectores y retenerlos; ellos han constatado el valor comunicativo que posee.

Para hablar del aspecto creativo, hay que mencionar que muchos artistas del siglo XIX y principios del XX, motivados por la experimentación volvieron la vista hacia la fotografía; ella les proporcionó una nueva forma de expresión a sus inquietudes; el hecho es que su contribución al arte contemporáneo es muy amplia y rica; que han propagado el arte a niveles considerables, que han

ampliado su campo de acción, y que en definitiva siguen surgiendo nuevos fotógrafos artistas.

En segundo término, en cuánto a los aspectos del diseño gráfico es posible asegurar que esta disciplina definitivamente nació en Europa, creció con el enorme apoyo que le dió la Bauhaus, y se desarrolló en los Estados Unidos, hasta tener el nivel que actualmente conocemos. Pero el diseño gráfico surgió sin el apoyo de la foto, básicamente se configuraba con la ilustración y la tipografía; sería aventurado juzgar que la fotografía hizo despegar al diseño, pero si hay que reconocer que cuando los publicistas independientes y los profesores bauhausianos comenzaron a aprovechar las imágenes fotográficas, las miras se expandieron.⁴⁵

Para afirmar esto hay que considerar todo lo indicado acerca de la fotografía (que se expuso anteriormente y se acaba de volver a mencionar) es decir, las personas confían -confiamos- ampliamente en la foto: la influencia surrealista ha sido decisiva, ya que el hecho de presentar una foto, que entre la mayoría de los espectadores es *acto de fe*, o sea, casi no hay posibilidad de dudar, lo que una foto presenta es una verdad -casi- al cien por ciento. Entonces, si esa supuesta foto es aprovechada con un fin publicitario, o para mostrar alguna situación en particular alguna situación en particular su aceptación será casi segura, aunque la "realidad" que presente sea imposible, irreal o disparatada. Y para hablar en términos de comunicación, podríamos decir que la fotografía es un maleable y eficaz *medio* de comunicación (apegado al esquema mecanicista); o que es un efectivo *estímulo* para un cierto organismo, y que es de rápida interpretación por el organismo que lo recibió.

Incluir a la fotografía en el diseño gráfico ampliaría su repertorio de **recursos icónicos**, por lo cual su aprovechamiento fue en aumento desde la década de los cincuentas; Joan Costa al respecto dice que "junto a la pureza del dibujo, a la abstracción de la ilustración, a la ironía de la caricatura y a la lógica del esquema, en tanto que otra forma de lenguaje visual, (la fotografía) representaría la evidencia de lo real y verdadero, más perfecto y más sugestivo que la realidad".⁴⁶

Entonces al aprovechar lo que la foto significa, por ejemplo apoyar un texto, donde la intención se centra en reforzar el sentido que transmite y coordinar esas

⁴⁵ Ibidem, página 158.

⁴⁶ Costa, Joan: et al., "Foto-Diseño" página 161.

dos clases de expresión, y lograr que sea el mensaje más interesante, más verídico o más fantástico.

Costa se refiere también a la capacidad comunicativa de la imagen fotográfica, indica que la facilidad de su aceptación radica en que a su comprensión se accede sin necesidad de alguna educación previa; por otra parte se refiere a que "la imagen es *polisémica*... tiene un alto poder connotativo y una notable capacidad estética. Es particularmente emocional..."⁴⁷, y completa lo anterior al decir que la palabra es *monosémica* (de un solo significado), y que visualmente posee menor estética, dado lo anterior, lograr combinar acertadamente estos dos elementos significa conseguir un resultado eficiente.

La importancia que adquiere al fotografa es creciente, ya que se ha integrado definitivamente a estos procesos, los modos de aplicación son tantos y tan variados como el diseñador desee, por lo que utilizará el tratamiento que se adecue más consistentemente a las necesidades de comunicación del caso en cuestión. Las técnicas usadas son producto de la experimentación y luego aprovechadas prácticamente en el diseño; tales manipulaciones amplían las posibilidades gráficas y comunicativas.

Los conceptos del diseño gráfico que actualmente rigen, se orientan en el sentido amplio de la comunicación, es decir, se contemplan todas las fases del proceso de comunicación, buena parte del diseño se realiza mediante equipos de trabajo que contemplan estas necesidades.

La fotografía, como parte integrante del diseño gráfico, se ha convertido en un recurso expresivo y eficaz, prueba de ello es su predominio en el medio urbano, permite que el mensaje visual resulte más convincente y veráz.

La competencia entre las propuestas publicitarias es creciente, la realización de ellas ha de ser más cuidadosa para que se logren los resultados esperados. Los resultados técnicos y los del laboratorio son de gran apoyo en la realización y preparación de cualquier propuesta visual, pero de manera relevante hoy existe un recurso que cada día más incursiona con mayor fuerza en nuestra cotidianidad, es decir la computadora.

A partir del año de 1980 los sistemas gráficos realizados por computadora, se abrieron paso en muchos campos de acción que nunca antes habían oído hablar de ella: la televisión, los estudios de animación, por ejemplo. No había en ese

⁴⁷ Costa, Op. cit., página 164.

momento una sola escuela de bellas artes en el mundo, que poseyera equipo de esa clase. Esto sólo sucedió dos años después.⁴⁸

Entre algunas de las características que estos sistemas poseen, hallamos la veloz transformación que proporciona de cualquier modelo construido en pantalla, la facilidad de generar imágenes, diagramas, etc., la posibilidad de trabajar conjuntamente textos y dichas imágenes. Dada su adaptabilidad a las amplias necesidades gráficas que existen actualmente, entre ellas las del diseño, cada vez más profesionales hacen uso de ella.⁴⁹

Actualmente, también la fotografía se ha vuelto susceptible de ser tratada por los sistemas gráficos realizados mediante los programas de computación; es posible realizar retoques, digitalizaciones totales o parciales, superposiciones, etc. La influencia de la *informática* en el ámbito del diseño, en consecuencia en el de la fotografía se ha vuelto decisiva.

⁴⁸ Lewell, John, "Aplicaciones gráficas del ordenador", página 14.

⁴⁹ Lewell, Op. cit., página 20.

3.3 Propuesta gráfica

La fotografía tras haber atravesado varias etapas de un proceso destinado a su mejor aprovechamiento, fue hallada por los brillantes profesores de la Bauhaus, quienes sentaron las bases para su utilización, y hábilmente la aprovecharon en los productos de diseño que tuvieron a cargo (carteles, anuncios, catálogos, etc.)

Concretando esto quiere decir que, uno de los principales usos organizados en que la fotografía es utilizada, es sin duda el diseño gráfico, puesto que por su capacidad icónica se ha convertido en un elemento indispensable.

En consecuencia, la imagen presentada aquí tiene como propósito mostrar un producto terminado del diseño gráfico, en el que se están aprovechando varios elementos, para que organizados nos den un resultado eficiente. He elegido una fotografía que individualmente posee identidad propia, pero conjuntada con ciertos elementos visuales, se amplía su sentido comunicativo; es decir, tenemos un encuadre determinado, cuerpo tipográfico, color y composición.

Se presenta esta imagen simulando que la apreciamos como página de una revista.

PABELLÓN DE MÉXICO



A la sombra del Popocatepetl y del Iztaccihuatl se extiende el valle de México, donde se asienta ahora una de las ciudades más grandes del mundo. Desde las faldas de los volcanes los asombrados conquistadores vieron por primera vez los brillantes templos de Tenochtitlán. La Colonia no borró todos los vestigios de su cultura; hasta la fecha se yerguen templos y pirámides prehispánicas, así como también se conservan ancestrales costumbres prácticamente en todo el país.

El tejido en telar de cintura, es sólo una de la múltiples huellas, de estas antiguas culturas.

EXPO SEVILLA '92

Capítulo 4

Capítulo 4

Tendencias actuales de la fotografía en el diseño gráfico

◆ Definitivamente el diseño gráfico de la actualidad se mueve por caminos de alta tecnología en lo que a la elaboración se refiere; desde la manera en que los proyectos se crean y se visualizan, pasando por los medios de impresión, y llegando a los resultados finales. Por otra parte los clientes (o usuarios) exigen cada vez más, puesto que la competencia es mayor; en consecuencia los diseños deberán ser más consistentes, más precisos, más resistentes al paso del tiempo, en pocas palabras más delicadamente cuidados.

Por lo tanto ¿cómo debe ser la labor a desempeñarse, habiendo tal responsabilidad? Para lograr tales resultados el esfuerzo y el compromiso deben ser mayores, aprovechando eficazmente todo los recursos de que se disponga. En este sentido, en cuanto a la interrelación del diseño con la fotografía -nuestro punto central- ¿Con qué criterios se prepara una imagen fotográfica que se utilizará en un diseño gráfico? ¿Por que senderos hallamos a la fotografía en la actualidad? ¿Qué piensan los propios fotógrafos al respecto? ¿La tecnología es un factor que se está haciendo presente?

Este cuarto y último capítulo se ha dividido en dos objetivos principales: el primero en el que revisaremos diversos aspectos que están relacionados con la fotografía de la actualidad; y el segundo, en el que se presenta la propuesta gráfica, con la intención de compendiar lo antes expresado.

4.1 Propuestas y alternativas actuales

Las propuestas actuales son bastante variadas y las influencias de todos los campos; los ejemplos en publicidad presentan conceptos entremezclados de varias disciplinas, es decir, eclecticismo. Pero concretando, queremos revisar ¿en donde está la fotografía situada en el diseño gráfico? ¿Hacia donde se dirige? ¿Qué tenemos hoy como alternativas?

Para contestar a esas preguntas este objetivo, se ha subdividido en cuatro apartados, donde veremos en que consiste la labor de un diseñador en la elaboración de una foto, que es lo que debe considerarse, y *grossó modo* algunas indicaciones. Luego revisaremos los ejemplos del trabajo de algunos fotógrafos contemporáneos, puesto que realizan imágenes para el diseño, como se desarrollan y cuales son sus pretensiones, pero de esto lo más importante es: que su trabajo, dada su calidad, ha logrado rebasar su contexto y llamar la atención de otros círculos, que anteriormente no lo hacían.

Como tercer paso analizaremos los puntos de vista personales de algunos fotógrafos mexicanos respecto a su actividad y acerca de lo que les preocupa, ahí hallaremos coincidencias y discrepancias acerca de ésta disciplina.

Para concluir, haremos un breve recuento de lo que significa la tecnología contemporánea en relación a la fotografía -por supuesto en función del diseño-, hace cuánto y como se inició, y lo más importante, que clase de resultados se pueden obtener.

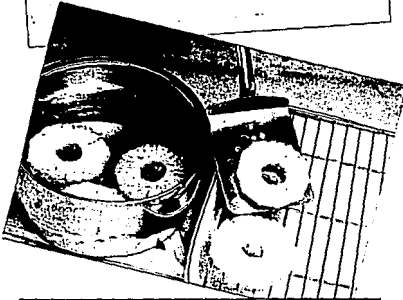
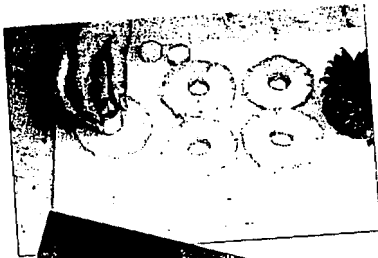
4.1.1 Planeación de la imagen

(Intervención del diseñador gráfico en la toma de la fotografía publicitaria.)

Para hablar en términos de la relación de un diseño, cualquiera que este sea, en el que se pretenda hacer uso de una fotografía como recurso gráfico, en principio se deben considerar algunos aspectos previos. En ocasiones, una fotografía es la solución que mejor se adapta a las necesidades globales de una propuesta gráfica, puesto que crea el efecto buscado; la fotografía, en términos comerciales, es capaz de permitir percibir una atmósfera, de divertir, de provocar una sonrisa, de hacer una descripción realista, de expresar una propuesta artística, etc.; la fotografía debe ser *real*, aunque sepamos que su realidad sea una *fantasía idealizada*.

En primer término debe decidirse que tipo de toma será la que se utilice y por qué, puesto que un estilo fotográfico determinado o un encuadre especial, puede facilitar la *comunicación* de la idea del diseñador. Posteriormente habrá de decidirse que tipo de película se usará, sabemos que las imágenes elaboradas con películas de blanco y negro transmiten distintas clases de sensaciones y connotaciones de las que han sido elaboradas con películas de color.

Es necesario decidir si la toma se realizará en un estudio fotográfico o en una locación en exteriores, que es lo que se integra mejor al planteamiento inicial; es necesario anotar que debido a muy diversas cuestiones puede resultar tan caro en uno como en otro (personal, transportes, viáticos, equipo, etc.) por otro lado ha de considerarse la *iluminación*, el hecho de iluminar artificialmente se realiza con mayor facilidad y eficacia en los estudios, ya que en los exteriores la calidad y la cantidad de la luz es limitada. La iluminación que se prepara en los estudios se realiza mejor, puesto que se cuenta con el tiempo necesario, se busca el perfecto balance de luces y sombras, y se cuenta con equipo especializado; por otro lado, para conseguir algún tipo de efecto especial con luces, es preferiblemente siempre el estudio.



Tomas fotográficas de alimentos y bebidas.

En contra parte los exteriores permiten hacer tomas con mayor naturalidad, ya que ciertos ambientes específicos no es posible, ni con proyecciones o telones, imitarlos. Cuestiones como estas requieren de preciso análisis, y revisión de los argumentos a favor y en contra.

Otra situación a considerar será la coordinación entre la fase de planeación (pre-producción) y la fase de realización (producción); las tomas deberán hacerse en coincidencia con las condiciones previstas, -o sea, con los bocetos- esto sobretodo cuando la foto la realiza una persona distinta a quien la concibió, pero no significa que deba sujetarse rigidamente al esquema, la propuesta del fotógrafo es valiosa, lo que finalmente le hará partícipe del proyecto.

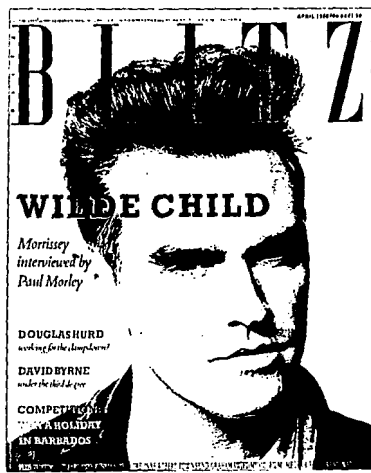
Para hablar un poco, respecto a las particularidades de algunos casos fotográficos más comunes en publicidad, indicaremos primero a las portadas, ya sean de libros o de discos, y las fotografías de revistas -ya sean portadas o de artículos- y a las de folletos, que requieren en particular, analizar el contenido de los textos, el público al que van dirigidos y el estilo de la publicación.

Un renglón que presenta complicaciones, pero que es indispensable es el de los alimentos y bebidas. Anteriormente se acostumbraba hacer toda clase de retoques y trucos en los alimentos, para lograr un mejor aspecto en los productos, pero ahora -de acuerdo a nuevos ordenamientos- ya no es posible alterar la apariencia de alimentos y bebidas; lo anterior permite sólo que se hagan pequeños arreglos, por ejemplo que se preparen en el sitio mismo de la toma, y fotografíarlos lo más pronto posible.

En cuanto a los **retratos**, se encuentran los de tratamiento *objetivo y realista*, pero los que resaltan son los que presentan una mayor labor de búsqueda por parte de los fotógrafos; podrían calificarse como *subjetivos y dramáticos*, puesto que mediante juegos de luces han desarrollado sofisticadas propuestas artísticas.

En lo que se refiere a la foto de **modas**, es muy notorio que las experimentaciones gráficas encuentran en ella un terreno propicio; el éxito de la participación de un fotógrafo capaz, de modelos con experiencia, y disponer de suficiente película.

Para finalizar, tenemos al **reportaje** como recurso fotográfico empleado en lo que al diseño gráfico atañe; el reportaje es, en definitiva terreno del



Toma fotográfica para una portada de revista.

periodismo, pero debido a la credibilidad que representa, es otro recurso valioso.

El sistema de trabajo variará dependiendo de las necesidades del producto final, esto es, se puede recurrir a la utilización de modelos para la escenificación del caso deseado, o confiar en la habilidad y experiencia del fotógrafo en la búsqueda de las imágenes más apropiadas para las necesidades del proyecto. Lo que resulta invariable es el trabajo en exteriores, y muchas veces la dirección del creativo se limitará al encargo de las tomas, y a la revisión y selección final. La elección del fotógrafo es decisiva, *todo* depende de su juicio.

El resultado de esa fotografía no ha quedado terminado con la toma, la manipulación posterior es factible, esto es: reencuadres, revelados ampliaciones, retoques, montajes, etc., toda una serie de recursos que enriquecen la actividad del diseño gráfico.⁴¹

⁴¹ Todo lo anterior está apoyado en: Marshall, Hugh. "Diseño fotográfico". capítulos 1, 2 y 3.



Tomas fotográficas para anuncios de modas.

4.1.2 Fotografía artística y fotografía comercial

Las fronteras fotográficas cada vez son más delgadas, más flexibles, es decir, tratar de hablar o de distinguir tajantemente las características, y cualidades que debe poseer una imagen para ser considerada artística o comercial (publicitaria), sería una postura maniquea.

Apartir de la década de los años sesentas las expresiones artísticas se volvieron *menos solemnes*, y pretendían tanto la búsqueda de nuevos valores, como la controversia, para tratar de sacar al arte, en general de su letargo.⁴² Es también este el caso de la fotografía, a los fotógrafos, desde entonces, por su parte han partido hacia la búsqueda de nuevos conceptos que reaviven y fortalezcan a esta expresión.

Podemos hablar de cuestiones similares en lo que concierne a las necesidades comerciales; la técnica ha logrado ser dominada ampliamente, prueba de ello es la gran cantidad de imágenes fotográficas resueltas excelentemente. De ahí que los fotógrafos de esa actividad se hallan lanzado a la exploración de recursos para que la realización de su labor sea más efectiva; experimentando con la iluminación, la exposición, los encuadres, y aún más, con los revelados y efectos de laboratorio o de post-producción.

Consecuentemente esta búsqueda ha llevado a los *fotógrafos artistas* a expresarse en nuevos caminos, utilizando elementos como la preparación o manipulación de los objetos a fotografiar (es decir: "hacer una foto"), manipulación de los procesos del laboratorio, retoques, etc. En tanto que los *fotógrafos publicitarios*, en un proceso de expresión personal se preocupan por hacer sus propias imágenes, y en ese proceso han incorporado a su trabajo recursos hallados en la experimentación plástica.

⁴² Entre los movimientos artísticos de ruptura de la década de los años sesentas, encontramos a: el Pop art, el Arte Cinético, el Hiperrealismo, el Minimalismo, el Op art, el Body art, entre otros.

Al respecto -aunque no mexicanos- habría que mencionar algunos ejemplos de esta particular situación:

El español Martín Sampedro Muñoa es un fotógrafo comprometido con su oficio, su trabajo significa una ruptura de lo convencional, tanto en el campo de lo creativo y por consecuencia en el campo comercial.

El desarrolla fotos por encargo y por cuenta propia; y considera que un objeto *no dice nada, ni con su fondo o escenificación* (es decir, un bodegón); no se trata de presentar sólo un objeto con iluminación y sobre un fondo adecuado.

Las propuestas de Sampedro consisten en fotografiar ese objeto supuesto, y luego multiplicar la imagen en una escena que él mismo prepara. Desarrolla en ella un eje invisible a partir del cual lo *real* (la foto) y lo *irreal* (el tratamiento) se funden, y se confunden, de tal modo que se presenta un nuevo lenguaje. Al respecto Martín dice: "La finalidad de este eje imperceptible es aproximar los infinitos puntos entre lo real y lo imaginario;.....El eje es la *foto* en sí misma."⁴³

En la ciudad de Barcelona durante el año de 1992, se montó una exposición fotográfica de imágenes que han rebasado su original contexto publicitario, porque han sido valoradas más allá de su utilidad o fin comercial.

Su calidad como *imágenes* les ha valido para ser más que vistas en una página, apreciadas en un marco en una galería de arte. En Barcelona la discusión, ya antigua, de considerar como arte a la "simple" fotografía, creció al enfrentarse a la *fotografía publicitaria* "colgada" en una galería vanguardista. La **Sala Tandem** se afirmó como defensora del carácter artístico de la fotografía en su manifestación dentro del diseño gráfico.⁴⁴

Existe también el caso de dos fotógrafos españoles avecindados en Londres, cuya actividad principal es la foto de faceta artística, aunque para seguir dedicándose a ella, de vez en cuando Mercedes y Fernando (*sic*) deben realizar trabajos de índole comercial, siempre y cuando en ellos puedan aportar su particular creatividad. Una foto ha de ser capaz de comunicarse por sí sola con el público, "...una fotografía debe ser un campo abierto a la imaginación, donde no exista miedo a ver reflejado nuestros más profundos sueños o pesadillas."⁴⁵

⁴³ Visual, Año II, Num.7, página 92.

⁴⁴ Visual, Año IV, Num.23, página 5.

⁴⁵ Visual, Año II, Num.7, página 96.



Fotografias expuestas en la Sala *Tandem*, en Barcelona.

Ellos se refieren también a las nuevas tendencias londinenses que se están produciendo en relación con la fotografía; se menciona en especial a un movimiento conocido como "Realismo Poético", y que se manifiesta en series de fotos de lectura política y crítica social bastante crudas. Los autores representativos de dicha corriente son Paul Graham y Martin Parr, quienes trabajan regularmente los grandes formatos y las imágenes en color.⁴⁶

Por otra parte, la Asociación de Fotógrafos Profesionales de publicidad y Moda de Madrid (A.F.P./P.M.M.) organizó durante el año de 1990 una exposición titulada "Instante y Magia", que fue llevada hasta el Museo Español de Arte Contemporáneo, en la que se presentan trabajos de infinidad de profesionales de la lente. Además de la presentación al público del trabajo en las salas, se elaboró un catálogo relativo al material mencionado, dividido en diferentes apartados, por ejemplo, el de *Producción*, donde se hace notar los recursos que debe poseer quien se dedique a los bodegones; el llamado *Iluminación*, del que se comenta: "Muchas veces la realidad no se representa bien a sí misma, entonces el fotógrafo suele recurrir a un ficticio."⁴⁷ En cuanto a *Enfoque* se dice que ".....la publicidad de moda se basa cada vez menos en mostrar explícitamente la mercancía....."⁴⁸ y que esta situación le da al fotógrafo un margen más amplio y cómodo para trabajar. Al respecto de *Movimiento*, es decir, lo que tiene que ver con la fotografía de modas, se plantean nuevas perspectivas para darle vigencia las realizaciones, "El equilibrio entre realidad y sugerencia es uno de los puntos de partida clave a la hora de plantear una fotografía de moda."⁴⁹

Finalmente, analizaremos el caso de otro fotógrafo español, Angel Alvarez, quien no recurre a más instrumental de lo convencional, pero con sus procesos de experimentación ha logrado realizar imágenes que satisfacen al exigente mercado de la fotografía publicitaria, con un solo y simple recurso: la exposición múltiple. Esto no es otra cosa que la experimentación directa con la propia *luz*; varias exposiciones sobre una misma placa permiten la valoración de unos objetos sobre otros, pero este procedimiento añade la posibilidad de experimentar, con las transparencias de los objetos "pudiéndose lograr una atmósfera más surreal y fantasmagórica."⁵⁰ El empleo de esta técnica no pretende otra cosa que lograr una iluminación más eficiente, pero lo que sí logra

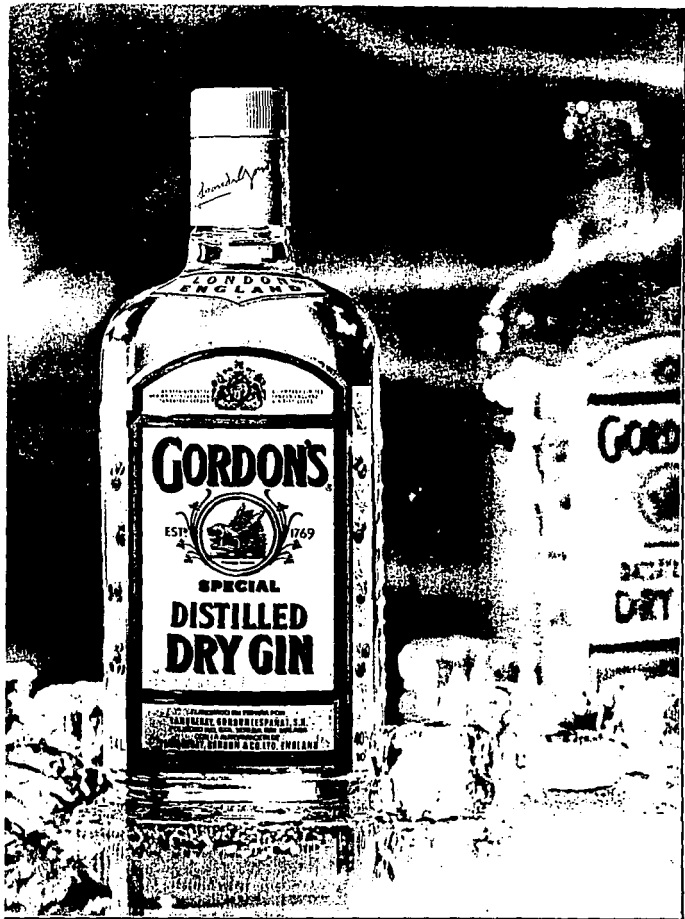
⁴⁶ Ibidem.

⁴⁷ Ibidem., página 101.

⁴⁸ Ibidem., página 101.

⁴⁹ Ibidem., página 102.

⁵⁰ Visual. Año IV. Num. 24. página 41.



Toma fotográfica de producto; técnica: múltiple exposición;
autor: Angel Alvarez.

es un efecto estético ciertamente "más ambicioso". (*sic*)

El trabajo fotográfico es una actividad de exigencias constantes, donde quienes lo realizan se encuentran **siempre** con el compromiso de presentar novedosas imágenes. La investigación es y debe ser constante, prueba de ello son los ejemplos anteriores, donde estos fotógrafos españoles, (incluyendo a los europeos que participaron en la exposición en Barcelona), de acuerdo a esas necesidades del mercado y a sus compromisos personales están inmersos en este proceso.

4.1.3 Diversidad en el trabajo fotográfico

Presentar información vigente es necesario; para el presente apartado se elaboraron cinco entrevistas con la intención de obtener la información necesaria, respecto a las disciplinas del trabajo fotográfico. Además otro objetivo es tratar de suplir en la medida de lo posible, la falta de un medio (tal vez impreso) en el que se pudieran expresar las inquietudes y las necesidades de la gente que labora en tales disciplinas, o aquella de intereses afines, como sucede en algunos otros países.

De los fotógrafos entrevistados, primeramente se indicará que se buscó que fueran de nacionalidad mexicana; que casualmente todos ellos tuvieron su formación en la Universidad Nacional, en las carreras de *Dibujo Publicitario*, *Diseño Gráfico* y *Comunicación Gráfica*.

Particularmente, mostraron especial admiración por Henri Cartier-Bresson, y esto es por su oportunidad, por su visión privilegiada y por su capacidad de ordenar plásticamente una escena cualquiera; por Richard Avedon, por la expresión que transmite en sus retratos; por Nacho López y por Héctor García por la precisión con que reflejan problemas sociales; y por Eugene Smith, entre otros.

En cuanto a su propia definición de la actividad que realizan, encontramos constantemente que hay una inquietud en lo que se realiza, se trata de ir más allá, de avanzar, ¿cómo? A través de la experimentación, la búsqueda de alternativas en un plano definido, o en la búsqueda en la elección de un área para desarrollar. Entre los cinco entrevistados hallamos las labores del fotógrafo publicitario, la finalidad artística y la actividad del reportaje.

A partir de ello, encontraremos puntos de vista opuestos en los próximos comentarios acerca de las entrevistas. Entonces, sus opiniones acerca de la actividad fotográfica publicitaria son distintas: mientras dos de ellos muestran

respeto, pero no convencimiento de que la veta haya sido concientemente explorada, los otros tres demuestran su agrado por ella hablando de creatividad, de objetivos cumplidos y de espacio para la experimentación, con la calidad de reto y entrenamiento para enfrentar otras actividades relacionadas.

En lo que se refiere a la expresión artística no podemos tampoco hablar de una idea compartida, puesto que dos de ellos mencionan la falta de emoción y expresividad en ella, pues dicen que no hay suficiente búsqueda y aunque se incrementa el número de artistas, la relación no es proporcional: la calidad no aumenta. Otro dice que a su juicio los usos de la foto son otros; otro más dice que sólo con formación artística sólida se pueden llegar a resultados de alta calidad. El último considera legítima la expresión artística, como aspiración o como necesidad.

En cuanto al intento de catalogar a los trabajos fotográficos contemporáneos, de nuevo encontraremos opiniones en distintos sentidos. En primer término, se habla de trabajos de carácter ecléctico, en los que las influencias de otras disciplinas -de muy variada índole- se aprecian integradas; por otro lado se hace notar la calidad en general de los trabajos que se están realizando a nivel mundial, y que se evoluciona constantemente, pero que en México se estancaron los criterios con las fotos clásicas tantas veces vistas; o que no existen recursos y el acceso a ellos para poder aprovecharlos. Se habla también que la influencia de una nueva generación de fotógrafos, está a la vanguardia de las nuevas propuestas; y finalmente se dijo que el avance tecnológico tiene gran importancia en general, pero que los concepciones plásticas se están reconsiderando.

El último punto de la entrevista, les preguntaba que si ellos desde su punto de vista, notaban que algún elemento marcara cierta pauta; las respuestas también fueron variadas: primero hallaremos una negativa en el sentido de que son tantas las influencias actuales, y tanta la confluencia de actividades, que no sería posible señalar una en particular; por otro lado se insiste en que los aspectos creativos no están siendo revisados a fondo; por último se dice que la computadora (la tecnología, en general), en lo que la diseño gráfico se refiere, se está constituyendo como un elemento de apoyo para la propuesta fotográfica contemporánea, pero que de ningún modo puede ser considerada como la base, puesto que no puede -ni debe- sustituir a la creatividad. Por último en el aspecto del reportaje, se aseguró que la conciencia que los nuevos fotógrafos poseen está siendo reflejada en sus imágenes.⁵¹

⁵¹ Apoyado en la serie de entrevistas aplicadas a profesionales de la fotografía.

Como comentario puede decirse que cuatro de estos cinco fotógrafos, además de su actividad, también desempeñan la labor docente, y como conclusión que tienen como convicción fomentar el análisis y la creatividad, cuestión que salió a relucir de varios modos, que finalmente es una necesidad constante e ineludible en lo que al diseño gráfico se refiere, y que debe estar presente en el mercado nacional, en todos los ámbitos donde las imágenes fotográficas sean utilizadas.

4.1.4 Desarrollo tecnológico

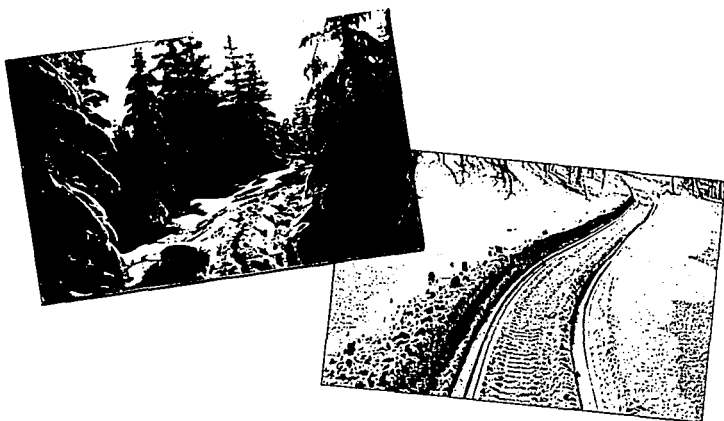
El vertiginoso avance tecnológico de la computadora se ha desarrollado desde la década pasada, como consecuencia de los avances en el campo de la electrónica. Sin embargo, esta idea existe desde el siglo XV, cuando científicos como Pascal, reconocido por su genialidad, proyectó instrumentos mecánicos para acelerar el cálculo en operaciones matemáticas. En el siglo XIX, el inglés Charles Babbage desarrolló una maquina que se puede considerar precursora de la actual computadora, pero la mecánica fue el obstáculo que entorpeció su desarrollo. En los Estados Unidos, a mediados de siglo, se generó la revolución tecnológica que actualmente vivimos; las mini y micro computadoras están encontrando su función en las oficinas de profesionistas, pequeñas y grandes empresas, escuelas, consultorios, y aún en los hogares.

Las primeras etapas en el avance hacia los sistemas gráficos, iniciaron con el *lápiz óptico*, adecuado para seleccionar, situar y dibujar una imagen sobre la pantalla, esto es, colocar el lápiz y luego desplazarlo haciendo un trazo. El *primer lápiz* o *trazador* lanzado comercialmente al mercado apareció en 1968.

La cuarta generación de las computadoras inició en los años setentas, cuando con los aparatos era posible formar *redes informáticas*; por otra parte, el costo había descendido, lo que permitió que las universidades le dedicaran espacios a la investigación.

Como ya vimos, a partir de 1980, los sistemas gráficos tuvieron su auge, puesto que científicos, matemáticos y otros expertos se habían preocupado en perfeccionarlos, pero también porque el mercado se abrió significativamente.

El gran centro de investigación de la informática dedicada a la creación de imágenes se ubicó en los Estados Unidos, en la Universidad de Utah; tales



Superposición de dos imágenes (sandwich) lograda a través de la computadora.

proyectos permitieron trabajar sobre temas que requerían mucha más investigación; por ejemplo las leyes de la perspectiva, la composición de la luz y la teoría del color, entre otras. La intención era perfeccionar la imagen como un fin en sí mismo.

La razón que atrajo al diseño fue precisamente esa: el desarrollo de imágenes altamente complejas; en las compañías de televisión, los publicistas y los directores de cine tomaron conciencia de ello.

Para el año de 1984 los avances permitían, que con la experiencia, los resultados de la computadora rivalizaran con la realidad fotográfica. A tal grado que para John Lewell, es posible que la computadora sustituya a la tecnología convencional.⁵²

A continuación revisaremos brevemente el caso de un fotógrafo español, que haciendo uso del "ordenador", ha logrado resultados en el campo publicitario dignos de comentar, él es Pepe Botella.

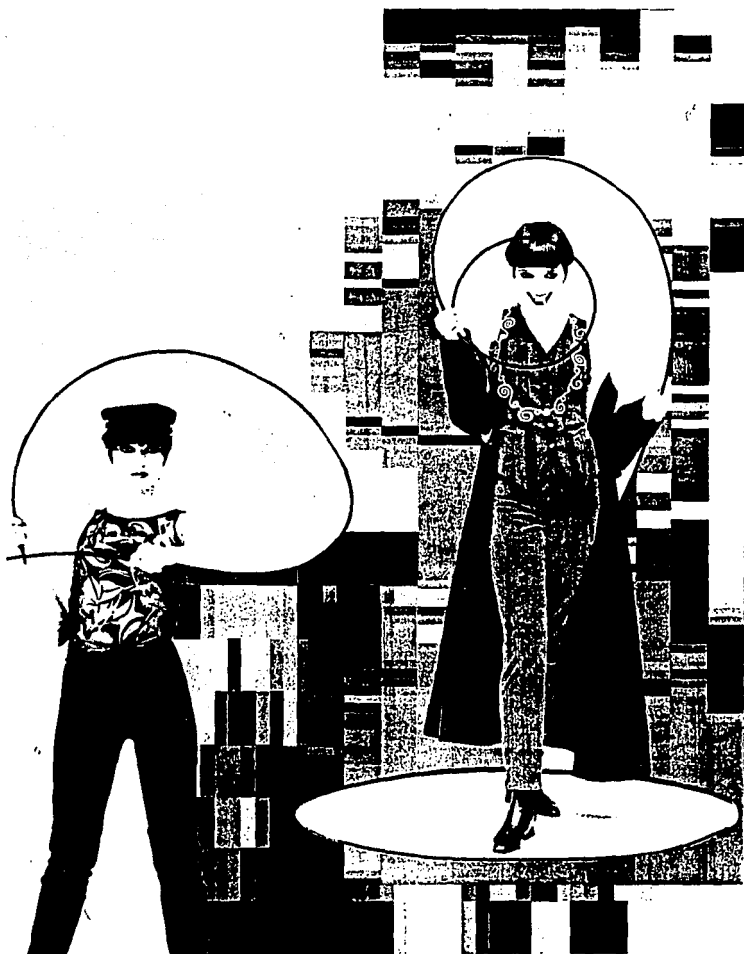
El ha combinado la imágenes fotográficas con las que la máquina puede generar, logrando un resultado notable y vigoroso, "Este proceso.....te permite una post-producción de tus fotos y aunque sean trabajos experimentales, creo que estás marcando unas pautas de trabajo para el futuro.....las texturas, las bases, las luces, los colores. Todo es susceptible de ser manipulado, con una visualización inmediata....que te permite seguir adelante, volver atrás, o modificar sobre las modificaciones".⁵³

Para finalizar tenemos otro caso, este es una reseña sobre un programa de computación (software), de tratamiento de imágenes fotográficas llamado **Photoshop** de la compañía **Adobe**. Este producto es capaz de retocar, editar, y colorear fotografías con sencillez; puede hacer separaciones de color (scanner), posee varias herramientas para realizar distintos tratamientos gráficos: tratamientos totales o parciales de mosaico, esferización, ondas, sandwiches, difuminados, etc. y puede ser capaz de obtener los negativos finales del proceso. Es compatible con otros equipos, un excelente medio que puede hacer las veces de cuarto oscuro y de estudio en uno solo.⁵⁴

⁵² Lewell, John. "Aplicaciones gráficas del ordenador". página 12.

⁵³ Visual. Año II. Num. 7, página 104.

⁵⁴ Ibidem., página 82.



Tratamiento de imágenes fotográficas; autor Pepe Botella.

Los anteriores casos, son solo ejemplos del enorme avance que la informática ha tenido en la última década, en sus múltiples campos de influencia. El que en especial me interesó revisar es precisamente el que se ocupa de tratamientos gráficos, el que influye sobre la fotografía y en consecuencia el diseño gráfico, y que definitivamente definirá las tendencias actuales y futuras.

4.2 Propuesta gráfica

En los cuatro puntos del objetivo anterior (Propuestas y alternativas actuales) pudimos apreciar la variedad y -sobretudo- la amplitud que significa la disciplina fotográfica. Por principio hay que anotar la complejidad que la fotografía publicitaria representa; posteriormente que la delgada frontera entre la foto artística y la foto publicitaria permite la libertad en el trabajo contemporáneo, y por último el diseño gráfico que no se ha mantenido al margen de los avances tecnológicos, como prueba hallamos a la asociación con la informática, como una nueva veta dentro de este ramo. El diseño gráfico no es una disciplina estática, los procesos de búsqueda y de adaptación son constantes, de tal modo que los sistemas que le abastecen de imágenes están igualmente en movimiento.

La imagen que en este objetivo se presenta, partió de una sencilla fotografía de corte urbano, y que a través de un proceso gráfico logrado por computadora -reencuadre, textura e inclusión de cuerpo tipográfico- se ha llegado a una simplificación del personaje fotografiado y a la obtención de un efecto gráfico más impactante.

Se presenta esta imagen simulando que la apreciamos como portada y contraportada de un disco compacto.

El nombre de la agrupación, el título y los cortes del disco son reales; esta es una propuesta de *re-diseño*.



ASTILLERO Nostalgia por el Futuro

1. Nostalgia por el Futuro
2. Pueblerina
3. Vapor Mexique

4. La Rumorosa
5. Mestizo
6. Caoba Mujer

ASTILLERO Nostalgia por el Futuro

Conclusiones

Conclusiones

En la presente investigación se señalaron algunos lineamientos para que a través de su revisión, se confirmara la utilidad de la fotografía para el diseño gráfico; además de compendiar los antecedentes y el desarrollo que dicha relación ha tenido.

La utilización esa todas luces notoria, pero ¿qué hay acerca de su utilidad? He tratado de demostrar su utilidad haciendo un recuento histórico-social, por una parte; por otra recurrí a la Teoría de la Comunicación, para confirmar que la fotografía es un medio visual que está localizado, sin duda alguna dentro de los parámetros de la comunicación humana. Por lo tanto, la utilidad de la fotografía aplicada dentro del diseño gráfico es un valor incuestionable, que ha sido ganado a través del tiempo.

Necesitaba determinar los usos que ha tenido la fotografía, y cuales son los resultados existentes. Esas funciones (reportaje, publicidad, arte, etc.) nos hablan de la versatilidad que le distingue y nos señalan de donde parten los caminos por los que el diseño gráfico hoy se desplaza. Posteriormente revisando los inicios de ésta relación, surgió algo que considero muy valioso: que el aprovechamiento lógico y racional de la fotografía se inicia en la destacada Bauhaus, en Weimar, Alemania, a cargo de Moholy-Nagy,

dado que aplicó en la práctica sus propuestas, surgidas a partir de la experimentación.

Como último punto, tras haber confirmado el planteamiento inicial, busqué mostrar cuales son sus actividades hoy. La información que incluí es actual, tanto los artículos de la revistas, que no datan de más de dos años a la fecha, como las entrevistas elaboradas durante el mes de abril 1993.

Se planteó, resumidamente, la función de un diseñador para darle coherencia y valores estéticos a una toma fotográfica, y como una inquietud personal quise incluir y tratar de analizar el porqué del uso de la computadora, ya que este es un elemento revolucionario, que está proponiendo un replanteamiento en una amplia gama de tareas humans, entre las que el diseño no queda exento.

Pero, dónde se plantea la disyuntiva en lo que se refiere al diseño gráfico, es que se caiga en el "efectismo", en el abuso de los tratamientos que la computadora proporcione, donde la *figura* (es decir, la creatividad) se pierda con el *fondo* (es decir, el recurso o manipulación). Tal encrucijada afectará a los profesionales del ramo.

Entre los logros de la presente investigación, estan el haber revisado efectivamente, la relación e influencia, que en lo social, la fotografía posee; y el análisis hecho a partir del planteamiento de las vertientes que nutren a la foto publicitaria, razón por la cual es posible apreciar muchas clases englobadas en el diseño.

Para hablar acerca de las dificultades de este proyecto, he de decir que, en lo que se refiere al punto 3.1.4 *“Desarrollo Tecnológico”*, considero que debido a su extensión permite realizar, basado en él, una investigación mayor; es posible pronosticar que la computación será la herramienta que marcará la diferencia. Lo que ahora vemos y conocemos es sólo *una mínima parte* de la que será la informática aplicada a tratamientos gráficos.

Finalmente quiero citar a Joan Costa; en relación a lo que él expresó de la fotografía: *“Junto con la pureza del dibujo, a la abstracción de la ilustración, a la ironía de la caricatura y a la lógica del esquema, en tanto que otra forma del lenguaje visual, (la fotografía) representaría la evidencia de lo real y verdadero, más perfecto y más sugestivo que la realidad”*.

Bibliografía

Bibliografía

Acha, Juan,

"Arte y sociedad: Latinoamérica. El producto artístico y su estructura",

Fondo de Cultura Económica,

México; 1979

550 pp.

Barthes, Roland,

"La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía",

Paidós,

Barcelona, Buenos Aires, México; 1990,

207 pp.

Dubois, Philippe,

"El acto fotográfico. De la representación a la percepción",

Paidós,

Barcelona, Buenos Aires, México; 1986,

190 pp.

Fontcuberta, Joan; Costa Joan,

"Foto-Diseño",

Ediciones CEAC,

España; 1980,

260 pp.

Freund, Gisèle

"La fotografía como documento social",

Gustavo Gili, S.A.,

España; 1986,

207 pp.

Guiraud, Pierre,

"La semiología",

Siglo Veintiuno Editores,

México; 1988,

133 pp.

Hill, Paul; Cooper, Thomas,

"Diálogo con la fotografía"

Gustavo Gili S.A.

España; 1980,

384 pp.

Hurbult, Allen,

"El diseño foto/gráfico".

Gustavo Gili S.A.

España; 1985,

127 pp.

Lewell, John,

"Aplicaciones gráficas del ordenador",

Herman Blume,

Madrid, Barcelona; 1985,

160 pp.

Marshall, Hugh,
*"Diseño fotográfico. Como preparar y dirigir fotografías para el
diseño gráfico",*
Gustavo Gili S.A.
España; 1990,
144 pp.

Mc Luhan, Marshall,
"La comprensión de los medios como extensiones del hombre",
Editorial Diana,
México; 1975,
443 pp.

Prieto Castillo, Daniel,
"Diseño y comunicación",
U.A.M. Xochimilco,
México 1987,
147 pp.

Roda Salinas, Fernando J.; Beltrán de Tena, Rosario,
"Información y comunicación",
Gustavo Gili S.A.,
España; 1988,
142 pp.

Satué, Enric,
"El diseño gráfico. Desde sus orígenes hasta nuestros días."
Alianza Forma,
España; 1990,
500 pp.

"Fotografía de prensa en México. 40 reporteros gráficos",
Procuraduría General de la República,
México, 1992,
103 pp.

"Luces y tiempos. Lázaro Blanco",
Presentación de Guillermo Samperio,
Fondo de Cultura Económica,
México; 1987,
64 pp.

"Mucho sol. Manuel Alvarez Bravo",
Presentación de Teresa del Conde,
Fondo de Cultura Económica,
México; 1989,
96 pp.

"Yo, el ciudadano. Nacho López",
Presentación de Fernando Benítez,
Fondo de Cultura Económica,
México; 1984,
78 pp.

◆ Revistas

Forma. Revista de Artes Plásticas.

“Obras de Tina Modotti”, por R.M.E.,
Secretaría de Educación Pública / U.N.A.M.,
México, 1927,
Num.4, Vol. I.

- ✓ “Fotografías de Weston”, por F. Monteverde García,
Secretaría de Educación Pública / U.N.A.M.,
México, 1928,
Num.7, Vol. II.

Visual. Magazine de Diseño, Creatividad Gráfica y Comunicación.

“Fotografía española en Londres”, por Carlos y Javier Abio,
Madivi S.L.,
Madrid, 1990,
Num. 7, Año II.

- ✓ “Real o irreal”, por Sandra Alvaro,
Madivi S.L.,
Madrid, 1990,
Num. 7, Año II.
- ✓ “Pepe Botella”, por la redacción,
Madivi S.L.,
Madrid, 1990,
Num. 7, Año II.

-
- ✓ “Adobe Photoshop”, por Javier Delicado.
Madivi S.L.,
Madrid, 1990,
Num. 7, Año II.

 - ✓ “Arte y oficio”, por la redacción,
Madivi S.L.,
Madrid, 1992,
Num. 23, Año IV.

 - ✓ “Fotografía de exposición”, por la redacción,
Madivi S.L.,
Madrid, 1992,
Num. 23, Año IV.

*Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la
U.N.A.M.*

“El fotógrafo constructor de realidades: la fotografía de los
ochentas en México”, por Ma. Estela Eguiarte Sakar,
U.N.A.M.,
México, 1989,
Num.9, Vol. III.

Apéndice

Apéndice

◆ Formato de la entrevistas

Nombre

Nacionalidad

- 1.-Actualmente labora en:
- 2.-¿Cuál es su formación profesional?
- 3.-¿Existe algún fotógrafo a quién usted admire? ¿Por qué?
- 4.-¿Cómo define usted su propio trabajo?
- 5.-¿Qué opina acerca de la fotografía destinada a la publicidad?
- 6.-¿Qué opina acerca de la fotografía elaborada con fines artísticos?
- 7.-Respecto a los trabajos fotográficos contemporáneos, ¿cómo los cataloga?
- 8.-¿Existe algún elemento que esté marcando una tendencia?



Entrevistas aplicadas a profesionales de la fotografía

Entrevista 1

Nombre: Estanislao Ortiz.

Nacionalidad: Mexicana.

- 1.- Profesor del Taller de Fotografía, División de Estudios de Posgrado, E.N.A.P.
- 2.- Comunicación Gráfica, en la U.N.A.M.
- 3.- Henri Cartier-Bresson, porque conjuga la imagen, como documento, con los elementos formales plásticos.
- 4.- De búsqueda, donde trato con la mayor libertad posible de plasmar mis inquietudes y cuyo único compromiso es con la fotografía como forma de expresión.
- 5.- Aunque requiere gran habilidad, por ser imágenes "fabricadas" y estar "al servicio de ...", cumplen con el objetivo para el que son realizadas pero carecen de expresión personal.
- 6.- Son valiosas cuando existe alguna propuesta o búsqueda, aunque generalmente son imágenes frías y carentes de emotividad.
- 7.- Eclécticos, por que reflejan las inquietudes de esta época, en que se han roto barreras, existiendo tendencias que se vinculan con otras áreas que no son exclusivamente visuales.
- 8.- No. No se puede hablar de algo en específico, hay muchas influencias.

◆ Entrevista 2

Nombre: Francisco Javier Sánchez Patiño.

Nacionalidad: Mexicana.

- 1.- Hasta el mes de abril de este año (1993) en el estudio de José Luis Aguirre, y experiencias profesionales; después en Yokohama, Japón.
- 2.- Comunicación gráfica, en la U.N.A.M.
- 3.- Henri Cartier-Bresson, por esa capacidad de visión, precisión y oportunidad para poner en el papel imágenes extraordinarias.
- 4.- Como irregular, pues no he definido una tendencia consistente, a veces hago publicidad, otras retrato y otras tantas cosas, pero de ahí tengo la base para un objetivo más concreto.
- 5.- El objetivo es muy claro: comunicar. En fotógrafos con muy buena formación se ven trabajos muy bien logrados y que cumplen con los objetivos funcionales.
- 6.- En algunos casos se vuelve cursi, pero muchos autores con bases más sólidas, es decir, con una educación artística y visual más sólida, tienen trabajos excelentes.
- 7.- En general, a nivel mundial hay trabajos extraordinarios, en México existen muy buenos fotógrafos, pero se nota una clara limitación de recursos económicos y materiales.
- 8.- Hablando de fotografía publicitaria la tendencia hasta cierto punto la marcan las necesidades del cliente, y si podemos hablar de un elemento en estos momentos, sería la computadora como auxiliar no como base.

◆ Entrevista 3

Nombre: **Sergio Carlos Rey.**

Nacionalidad: Mexicana.

- 1.- En la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la U.N.A.M., en la labor docente y como diseñador.
- 2.- Diseño gráfico en la U.N.A.M., y Diplomado en Fotografía en la U.I.A.
- 3.- Richard Avedon; por la fuerza de sus retratos.
- 4.- Diría que es un trabajo de rescate y crítica de las tradiciones populares.
- 5.- Pienso que es de una gran calidad técnica, sin embargo en nuestro país no se ha desarrollado con creatividad.
- 6.- En la actualidad se ha dado a conocer un mayor número de artistas que se expresan a través de la fotografía, aunque eso no quiere decir que la calidad expresiva se incremente (no hay nada que no halla sido fotografiado.)
- 7.- Deberíamos dividirnos en dos planos, el nacional, en el cual nos quedamos en las viejas fotos de los Manueles (Alvarez Bravo y Carrillo) *sic*, y la fotografía internacional, que está en constante evolución.
- 8.- Pienso que avanza en la técnica, pero en el concepto se siguen repitiendo a sí mismos, la gran mayoría de los fotógrafos.

◆ Entrevista 4

Nombre: **José Luis Aguirre Guevara.**

Nacionalidad: Mexicana.

- 1.- En la labor docente en la U.N.A.M., y en mi propio estudio.
- 2.- Dibujante Publicitario, maestría y el estudio constante de todo lo relacionado con las artes visuales.
- 3.- La fotografía es tan amplia que no podría tener solo a uno, por los que mencionaré a tres en su campo: Henri Cartier-Bresson, Bert Storm y Eugene Smith.
- 4.- De búsqueda en los aspectos creativos e integración de la fotografía con valores altamente estéticos.
- 5.- Que es un reto apasionante y una gran escuela para desarrollar los aspectos técnicos y creativos, dando un entrenamiento para abordar posteriormente los demás campos de la fotografía.
- 6.- Que así como las demás disciplinas artísticas es una aspiración o necesidad legítima de expresión que cumple su función de comunicar.
- 7.- En términos generales de un gran avance tecnológico y de replanteamientos conceptuales muy propositivos que han ido afianzando su lugar que le corresponde dentro de las artes.
- 8.- La influencia más decisiva esta siendo la vinculación de la fotografía con la computación como auxiliar, por lo que la propuesta fotográfica se ha visto enriquecida.

◆ Entrevista 5

Nombre: **Rubén Pax** (Rubén Cárdenas Paz)

Nacionalidad: Mexicana

- 1.- En la escuela de Diseño del I.N.B.A.
- 2.- Comunicación gráfica en la U.N.A.M., y la fotografía periodística.
- 3.- A los mexicanos Nacho López y Hector García, porque reflejan problemas sociales.
- 4.- Mi trabajo es de tipo periodístico y como documento gráfico, para registrar las fiestas religiosas, tradiciones y vida cotidiana del centro (histórico) de la Cd. de México y del interior del país.
- 5.- Creo que es muy creativa.
- 6.- No me interesa mucho este ¿género? Para mí lo artístico viene por añadidura en la fotografía.
- 7.- Creo que hay una nueva generación de nuevos jóvenes fotógrafos inclinados en la fotografía de prensa; los fotógrafos más viejos o conocidos me parece que ya no tienen propuestas interesantes.
- 8.- El fotógrafo está más inclinado por problemas sociales y por registrar con veracidad los hechos.