



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**
**ESCUELA NACIONAL DE
ARTES PLÁSTICAS**

AL BORDE DEL
EROTISMO:
ILUSTRACIONES GRÁFICAS
PARA COLECCIÓN DE ROPA

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

**PRESENTA:
INGRID GUTIÉRREZ PORRAS**

**DIRECTOR DE TESIS:
LICENCIADO GUILLERMO
ALBERTO RIVERA GUTIÉRREZ**

MÉXICO, D.F., 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**" AL BORDE DEL EROTISMO: ILUSTRACIONES
GRÁFICAS PARA COLECCIÓN DE ROPA "**

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :

**LICENCIADA EN DISEÑO Y
COMUNICACIÓN VISUAL**

PRESENTA:

INGRID GUTIÉRREZ PORRAS

DIRECTOR DE TESIS:

LICENCIADO GUILLERMO ALBERTO RIVERA GUTIÉRREZ

MÉXICO, D.F., 2011

AGRADECIMIENTOS

*A mis padres por su apoyo y paciencia.
A Guillermo por su ayuda y disponibilidad.
A Raymundo por estar al pie del cañón conmigo.*

*Esta tesis la dedico a mi abuelita Carmen Mena Morales †
y a todos los profesionales del área que luchan
por un mejor futuro para esta.*

ÍNDICE

Al borde del erotismo: Ilustraciones gráficas para colección de ropa

Introducción

Capítulo 1 | Ilustración Gráfica

Definiendo la ilustración gráfica	17
Antecedentes	18
La comunicación en ilustración gráfica	21
El receptor: La percepción de la imagen	22
El código: El lenguaje visual	23
El contexto	24
Clasificación de la ilustración gráfica	25

Capítulo 2 | Erotismo

Definición de erotismo	30
Las particularidades de la sexualidad humana	30
La sociedad frente a la sexualidad	34
La vista y la imagen erótica	36
La ilustración gráfica de contenido erótico	37
La representación gráfica femenina erótica	37
Algunos ilustradores del género erótico	40
Hajime Sorayama	40
Boris Vallejo	41
Luis Royo	42

Capítulo 3 | Planeación del proyecto

Metodología	45
El proyecto: Definición del problema	46
Elementos, límites, aspectos y funciones del problema	46
La serigrafía	50
Las posibilidades de la serigrafía textil	51
La Malla	51
El Marco (tipos de marcos)	51
Las tintas	52
Los solventes	52
El rasero	53

La imagen y su transferencia	53
Maquinarias especializadas	54
La rotativa	55
La presecaadora	56
La termofijadora	56
La playera como soporte	56
La lectura de acuerdo al soporte	57
La imagen final: el tamaño y la forma	58

Capítulo 4 | Ilustraciones al borde del erotismo

Concepción del tema	63
El proceso de creación de una ilustración gráfica	64
Voyeurismo y vista	64
Fetichismo (Hifeifilia) y olfato	68
Masoquismo (Bondage) y tacto	71
Fetichismo (Sitofilia) y gusto	74
Escatología telefónica y oído	77
Comprobación	80

Conclusiones

Anexo: La encuesta

Glosario

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Entre los seres vivos la especie humana es privilegiada, esto como consecuencia de la capacidad pensante que poseemos, ésta nos permite, entre otras cosas, percibir nuestra existencia como individuos capaces de decidir sobre nuestras acciones y superar el instinto puro, lo que en sexualidad nos da la opción de separar al coito de la reproducción y el placer sexual que ésta puede producir, esta disociación propicia un conflicto entre los individuos y el medio en el que se desenvuelven, pues nuestro raciocinio y libre albedrío están supervisados por el medio o cultura en la que nos desenvolvemos y es a través de lo que hemos aprendido del entorno que decidimos las condiciones en que es apropiado ejercer o expresar nuestra sexualidad.

La falta de apertura que tiene nuestra sociedad en cuanto a temas que tocan los linderos o pertenecen al campo de la sexualidad, como el erotismo, provoca una convivencia distorsionada y poco saludable con ellos. Si bien los aspectos sexuales de nuestra vida son practicados, independientemente de las circunstancias en que suceden, la gente tiende a rechazarlos, negarlos o tratarlos de manera mórbida frente a los demás. En el momento en que una persona se encuentra con una situación erótica de la vida cotidiana bromea, se avergüenza, se indigna o simplemente pretende que la situación no ocurrió, y solo algunos pocos la aceptan como parte de su naturaleza, lo que se traduce en una falta de sensibilidad a la hora de vivir la experiencia sexual en privado.

Este problema, como consecuencia de las conductas aprendidas dentro de la convivencia humana, se puede solucionar mediante una apelación al modo en que aprendemos la mayor parte de nuestros comportamientos: a través de la observación e imitación; propongo, como una contribución a la solución, la realización de cinco ilustraciones que difundan al erotismo (la conducta sexual por excelencia de nuestra especie) representándolo mediante la imagen femenina, por medio de la conjugación de los cinco sentidos y las conductas denominadas “parafilias” como una actividad natural y positiva dentro de la sexualidad, con la finalidad de fomentar una sana convivencia con el erotismo en la vida cotidiana de la sociedad, plasmándolas en playeras como medio comercializable.

A partir de este objetivo me encuentro con diversos problemas particulares en la profesión del ilustrador gráfico que me permito abordar como parte de la investigación.

Como el planteamiento de una definición actual de la ilustración gráfica, yendo más allá de la consulta y planteando una propuesta que además de sustentar mi trabajo pueda servir como punto de partida para el inicio de una teoría que este más enfocada a la profesión y con la misma finalidad también presento una forma diferente de abordar su historia, que está encaminada únicamente a la ilustración gráfica, pues para ubicar esta sección de la historia siempre hay que acudir a fuentes referentes al arte o al diseño, y también me interesa recalcar la importancia del conocimiento de la comunicación y el lenguaje visual en la especialidad, todo lo anterior como plataforma para una futura base teórica, documentada, de la misma y justificación para la parte práctica de este proyecto de investigación.

Así mismo, y como parte de los objetivos particulares, plantearé el paso a paso de una correcta planeación de proyectos de ilustración gráfica basándome en la metodología proyectual que Bruno Munari plantea en sus libros *¿Cómo nacen los objetos?* y *Diseño y comunicación visual*, creando una adaptación metodológica para nuestro tipo específico de proyectos que complementaré en la parte creativa con la propuesta de Andrew Loomis de “Los cinco elementos esenciales de la narración”. Para teorizar el proceso de creación de ilustraciones gráficas, empezaré por la definición del problema de forma similar a como lo he planteado en esta introducción, sus elementos y sus límites, aspectos y funciones presentando las particularidades a través del mismo cuestionario que empleo para clasificación de imágenes, respondiendo preguntas como la función que cumplirá la imagen, las características que requiere, la tipología

a la que pertenece, el soporte en que se presentará, el público al que irá dirigida y la técnica en que se hará. Siguiendo con la obtención de datos específicos del problema, la puntualización de disponibilidades tecnológicas con lo cual abordaré las características de la serigrafía como método de impresión por emplear y las características de una playera como soporte, para después entrar en cuestiones de diseño así como la creación de una retícula y cómo definir el tamaño en el que hay que elaborar un trabajo de ilustración.

Finalmente empezando con la parte creativa emplearé el primer paso de A. Loomis, la concepción del tema (por ser equivalente a los anteriores pasos de la metodología de B. Munari) como receptáculo del análisis de datos de la investigación de sexualidad y erotismo, para pasar de lleno a la parte creativa con la visualización (que son las primeras ideas), el proceso de bocetaje y la elección de un boceto final por eliminación/descarte de ideas, pasar a la dramatización y caracterización que corresponden a la puntualización de elementos y corrección del boceto para llegar a una imagen final, lista para el embellecimiento o realización de la técnica, que por ser digital nos permite tras una comprobación, que realizaré mediante una encuesta de opinión de las imágenes y el producto, y realizar si se requiere correcciones para llegar a través de estas a las ilustraciones gráficas finales y por lo tanto la resolución del problema.

Uno | Ilustración gráfica

“Ilustrar no se refiere tan solo, ni principalmente, a la producción de imágenes que sirvan para enriquecer el texto mediante ejemplos visuales, sino, ante todo, alude a la instrucción de una idea [...].”

Juan Martínez Moro

DEFINIENDO LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA

Como ya he mencionado en la introducción, una de las metas de este trabajo de investigación consiste en el planteamiento de una definición correcta de la especialidad de diseño conocida como ilustración, ya que generalmente los profesionales de ésta estamos más interesados en la práctica que en la teoría, que siempre representa bases más sólidas para cualquier disciplina, por ello me parece importante ir más allá de la consulta y plantear una propuesta de definición que además de sustentar mi trabajo pueda servir como punto de partida para el inicio de una teoría que sea exclusiva de la ilustración gráfica.

Quien haya realizado una investigación relacionada con la palabra *ilustración* sabrá que al consultar en cualquier tipo de fuente acerca de ella la búsqueda le conducirá primero a la época histórica también conocida como *Siglo de las luces*, Juan Martínez Moro en su libro *La ilustración como categoría*¹ plantea que esto no es una coincidencia ya que durante esta época histórica se apoyaba la difusión de la razón y el conocimiento de la misma manera que la disciplina que nos concierne lo ha hecho siempre mediante la imagen que transmite un mensaje, el mismo Martínez Moro plantea que esta homonimia tiene que ver con el significado de la palabra:

*“La voz ilustrar deriva del latín *illustrare*, éste, de *lustrare*, [...] Su significado más extendido es el de << instruir >>, proporcionar cultura a alguien conocimientos o información sobre cierta cosa [...] y también dar idea (una idea), descubrir, revelar; dar luz al entendimiento; difundir la ciencia o el saber, instruir, civilizar.”²*

Como vemos, por su significado, el término *ilustración* en el contexto en que se encuentre siempre hará referencia a la comunicación o transmisión de una información que es relacionada con el conocimiento, esto ya en el contexto de la imagen, nos lleva al uso común de la palabra: como adjetivo.

La palabra ilustración como adjetivo califica o describe una característica de las imágenes, dado que todas las imágenes son una herramienta para comunicar una información, en este contexto es correcto decir que la imagen de un anuncio de revista es una ilustración (Figura 1.1) aunque esta sea una fotografía y tenga un fin publicitario, también podemos decir que las imágenes que Miguel Ángel creó en la capilla Sixtina (Figura 1.2) son ilustraciones pues de igual forma comunican una idea. Como podemos ver en este contexto el término es amplio y flexible, dado que todas las imágenes comunican, todas pueden ser calificadas como ilustraciones.

Ahora veamos que sucede con el término en nuestra especialidad, en este contexto se limita el significado de la palabra, es decir, no cualquier imagen es una ilustración, para diferenciarla del uso que se le da como adjetivo la denominaré *ilustración gráfica* (tal como lo hace Martínez Moro).

La ilustración gráfica es la imagen visual fija resultado del trabajo de un profesional reconocido como ilustrador, esta imagen es producto de un proceso de conceptualización que responde a la *necesidad comunicativa* de una tercera persona que contrata un servicio con el fin de transmitir una idea, para lo cual el ilustrador debe emplear sus conocimientos artísticos (las técnicas gráficas que maneja), comunicativos (conocimiento del lenguaje visual), creativos (perspicacia para resolver problemas) y las herramientas tecnológicas disponibles para la creación de una imagen que deberá llevar la información a un determinado receptor, buscando una respuesta por parte de éste, es decir, una ilustración gráfica tiene como fin establecer un proceso comunicativo controlado, por tanto no importan las ideas que transmita, el nivel de iconicidad que se maneje o la técnica empleada para su elaboración, cualquier imagen creada mediante este proceso, con el fin de “comunicar una información concreta”³ es una ilustración gráfica.

1. Martínez Moro, Juan, *La ilustración como categoría: una teoría unificada sobre arte y conocimiento*, Somonte-Cenero, Gijón; Ediciones Trea, 2004, p. 57-58.

2. Martínez Moro, Juan idem.

3. Dalley, Terence, *Guía completa de ilustración y diseño*, España; Tursen Hernan Blume, 1992, p10.



Figura 1.1: Anuncio de revista



Figura 1.2: Capilla sixtina

Antecedentes

La ilustración gráfica siempre ha sido, de forma errónea, diferenciada de otro tipo de imágenes como la que acompaña a un texto con la finalidad de apoyar las ideas que con él se desea transmitir, ya que nuestra especialidad históricamente es inherente al conocimiento, es usual encontrarla cumpliendo tal función en todo tipo de material; esto, aunado a una escasa existencia de información exclusiva y fidedigna de la disciplina propiciando que sus antecedentes sean abordados igualmente de forma errónea, siendo comúnmente ligados a la historia del diseño gráfico y/o a la imprenta, presentando solamente la parte en que la ilustración gráfica apoya a los soportes editoriales. Dado que en el caso de este trabajo de investigación se habla de una ilustración gráfica en un soporte distinto al editorial me parece importante presentar los antecedentes de acuerdo a esto, por lo cual debo advertir que lo siguiente que expondré es sólo un replanteamiento de la forma de abordar su historia.

Generalmente al abordar el tema de la historia o los antecedentes de la ilustración gráfica se toma como referencia a los inicios de la creación de imágenes que acompañan a un texto y se reconoce a los pergaminos antiguos, como el libro de los muertos (Figura 1.3), que data aproximadamente del año 1900 a. C., o a los manuscritos medievales llamados libros iluminados (Figura 1.4), como contenedores de las primeras ilustraciones gráficas, sin embargo, como ya he planteado, si los inicios de esta disciplina se toman a partir de ese punto sólo se hace referencia a la especialidad aplicada en un soporte editorial; ya que una ilustración gráfica puede ser ubicada en cualquier soporte podemos ver que el camino para encontrar sus orígenes no apunta hacia el soporte, por tanto debemos buscar tomando en cuenta su fin: “comunicar una información concreta”,⁴ así los orígenes de la ilustración gráfica van de la mano del origen de su tipo de comunicación que es la visual ubicado históricamente en las primeras imágenes creadas por el ser humano: las cuevas prehistóricas.

En lo más básico de la comunicación visual encontramos la representación del objeto mismo, históricamente hemos evolucionado comunicacionalmente desde lo más burdo hasta nuestro actual código visual, que es bastante complejo, las primeras representaciones visuales que produjo nuestra especie se hacían presentes como una evocación de lo aludido, en la prehistoria durante el periodo paleolítico y hasta el neolítico, los primeros hombres pensantes dejaron huellas que sobreviven hasta nuestros días, como en las cuevas de Lascaux al sur de Francia, elaboradas entre el 3500 a.C. y el 4000 a.C. y las de Altamira al norte de España que datan del año 12000 a.C.⁵ (Figuras 1.5 y 1.6), en ellas el ser humano con la conciencia de sí mismo, el potencial pensante y ya con una lenguaje rudimentario, comenzó a plasmar su realidad (en su mayoría temas relacionados con la caza de animales, hechos e ideas importantes para ese tiempo) en las primeras imágenes denominadas pictogramas, por que representaban las cosas descritas.⁶ La importancia de estas primeras imágenes radica en que de su evolución surgieron tanto la escritura como la comunicación visual diseñada, en su evolución hacia la escritura las imágenes se volvieron cada vez más abstractas hasta convertirse en lo que conocemos hoy como las letras del alfabeto que representan sonidos y en conjunto forman palabras con distintos significados⁷ y en su camino hacia la ilustración gráfica evolucionaron gradualmente a codificaciones más complejas y estilizadas, así como en la escritura los pictogramas se transformaron en ideogramas que finalmente se convirtieron en las letras de un alfabeto, en la imagen las representaciones se transformaron en ideas simbólicas que podemos observar en las imágenes creadas en las culturas antiguas referentes a temas de sus actividades cotidianas, ideologías, religiones y cultos, como la guerra o la transición de la vida a la muerte.

En estas civilizaciones antiguas la invención de la escritura ocasionó una especialización del trabajo relacionada con la imagen, dando origen a dos diferentes oficios



Figura 1.3: Libro de los muertos: Detalle del papiro encontrado en el sarcófago de Kna



Figura 1.4: Libro iluminado “The Limbourg Brothers”, February pages from Les Tres Riches Heurs de Duc de Berry, 1413-1416.



Figura 1.5: Bisonte desmenuado embutiendo a un hombre con cabeza de ave y pájaro en una percha. Antes del 20,000 a.C. Cultura Gravetense Cueva Lascaux.



Figura 1.6: Gran Bisonte h 13,000 a.C. Cultura magdalense, Cueva de Altamira.

4. Dalley, Terence, *op. cit.*, p10.
 5. Meggs, Philip B., *Historia del diseño gráfico*, México, McGraw-Hill, 2000, p5.
 6. Meggs, Philip B., *op. cit.*, p6.
 7. Para mayor información acerca de este tema consultar *Historia del diseño gráfico* de Philip B. Meggs

que se ejercían de forma independiente: los escribas y los ilustradores. Generalmente no encontramos datos fidedignos de esto, ya que nuestra especialidad no era diferenciada del trabajo de los artistas, aunque los ilustradores siempre han trabajado por encargo a cambio de bienes, por ejemplo, en la historia del arte egipcio se menciona que estos percibían una remuneración alimentaria⁸ por el trabajo realizado en sus capillas funerarias, tumbas, féretros, libros, templos, obeliscos y estelas (Figura 1.7), en la cultura china la elaboración de los rollos de tela que contienen la historia gráfica de sus dinastías eran creados por encargo del emperador (Figura 1.8), así como sus muebles decorados y sus pinturas, en las culturas romana y la helénica los ilustradores existieron bajo la misma denominación trabajando temas de rememoración de hechos históricos y religiosos, haciendo para la primera gliptografías, pintura, columnas y frisos (Figura 1.9) y para los griegos trabajos en joyas, armas, cerámicas y templos (Figura 1.10).

Ya para la Edad Media la historia de la humanidad se ve marcada por el la dominación cristiana, sin hacer excepción, nuestra disciplina avanzó mediante la elaboración de los libros conocidos como “manuscritos iluminados”, estos libros realizados totalmente a mano, por encargo del clero, de reyes o nobles, son los más reconocidos contenedores de ilustraciones de la historia antigua (Figura 1.11), cumplían una importante función en la educación religiosa del pueblo. En ellos era importante crear con la combinación de texto e imagen, matices místicos y espirituales, pero sobre todo transmitir el mensaje mediante la imagen, dado que durante esta época existía un alto nivel de analfabetismo. Así pues en los muy variados estilos que de estos manuscritos existieron se desarrolló una compleja red de lenguaje visual y muchos avances en cuanto a técnicas tanto de escritura, diseño y reproducción, como de técnicas ilustrativas.

En esta época y ligada a la denominación de estos manuscritos, se forja la palabra iluminador⁹ para designar al artista responsable de la ejecución de los adornos y de la imagen como apoyo visual del texto, podría atribuírsele a esta época el término ilustrador; sin embargo, no existen datos históricos que designen un periodo para ubicar el origen de la palabra, por su significado las palabras iluminador e ilustración la historia apunta a un origen conjunto del uso del término, quizá consecuencia de una similitud semántica.

A finales de la Edad Media en Europa, principalmente en Italia, se entró nuevamente en contacto con otras culturas no cristianas, como la islámica y la china, entre otras menos trascendentales, lo que trajo todo tipo de avances, como la imprenta, que dio como resultado la posibilidad de reproducir no sólo textos, sino imágenes, lo que para el renacimiento resultó en dos tipos de ilustradores, por un lado se encontraban los grabadores (xilografistas en un inicio) y por el otro tenemos a los que en la actualidad son reconocidos como magños pintores de la época renacentista,¹⁰ estos últimos avanzaron bajo el mecenazgo de príncipes, papas y familias acaudaladas, encontrando libertad de creación, a pesar de trabajar bajo encargo y con temas establecidos, mediante el reencuentro con la perspectiva, que había sido abandonada en la Edad Media (Figura 1.12), el uso del claroscuro y el estudio de la composición, el conocimiento de la anatomía humana y la búsqueda de la perfección, dejando así un gran legado en cuanto a posibilidades de representación, técnica, uso del color, pero sobre todo el peso que tiene la composición en el lenguaje visual y en la construcción del mensaje.

Por otro lado, el primer tipo de ilustradores (los grabadores) avanzó bajo la tutela de la imprenta y la producción de libros, inicialmente las imágenes contenidas por estos

8. Boulanger, Robert, *Pintura egipcia y del antiguo oriente*, Madrid, Aguilar, 1968.

9. Meggs, Philip B., *op. cit.*, p.39

10. Botticelli realizó obras como el nacimiento de Venus, por encargo de Lorenzo di Pierfrancesco de Médici, Leonardo da Vinci realizó entre otras *La Última Cena* para su patrón, el duque Ludovico Sforza de Milán, Rafael realizó también entre muchos otros cuadros *Los desposorios de la Virgen* por encargo de la familia Albizzini, Miguel Ángel realizó su más famosa obra los frescos de la Capilla Sixtina por encargo de Julio II, todos ellos trabajaron bajo encargo ya que durante este tiempo la única forma de hacer “arte” bajo la tutela de sus mecenas realizando distintos proyectos que implicaban habilidades ilustrativas.



Figura 1.7: La tribu Semítica solicita entrar a Egipto. S XIX a.C.-. Pintura mural tumba de Bei Hasan, Tebas.



Figura 1.8: “Enjoying chrysanthemum” by Shen Zhou (1420-1509). Liaoning Provincial Museum.



Figura 1.9: La batalla de Issos.-Siglo II a.C. Mosaico. 271x512cm. Museo Archeologico Nazionale, Nápoles.



Figura 1.10: Arte Romano. Ábside de San Apolinario in CLASSE.-Siglo VI. Mosaico Ravenna.



Figura 1.11: Libros iluminados, estos son los más reconocidos contenedores de ilustraciones de la historia antigua.



Figura 1.12: *La escuela de Atenas*, Rafael, 1509, Fresco, Sansadella Segnatura, Vaticano.



Figura 1.13: Primeros libros de imprenta. *Ars Morendi*, 1466.



Figura 1.14: Grabado de Alberto Dürero.

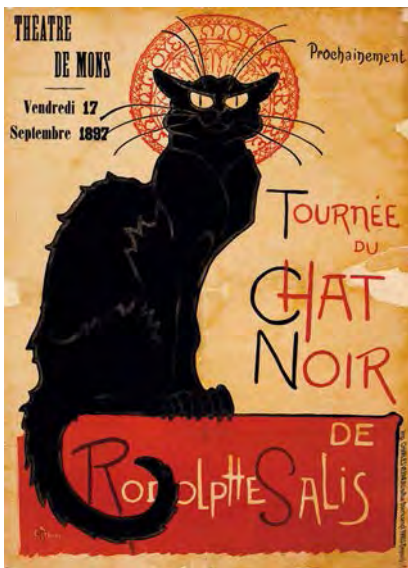


Figura 1.15: Jules Chéret, poster.



Figura 1.16: Ilustración digital.

últimos estaban a cargo de “iluminadores” que continuaban su trabajo de la misma forma que lo hacían con los manuscritos, los libros debían parecer en la medida de lo posible auténticos libros iluminados, y así sucedía al menos con las imágenes que seguían siendo elaboradas a mano.

Más adelante, en la historia de los impresos, la misma técnica que se empleó para la reproducción de textos se aplicó a la impresión de imágenes, dando inicio a una nueva era de la ilustración gráfica paralela a la de los grandes pintores, la era de la imagen grabada. Durante su primera etapa los trabajos eran elaborados en madera con la misma técnica empleada para imprimir textos, la xilografía, así muchas veces texto e imagen eran hechos en una misma tabla por el mismo impresor, lo cual generaba imágenes monocromas a las cuales los iluminadores les añadían color a mano (Figura 1.13), si el impreso lo requería. Con la llegada de los tipos móviles de Gutenberg los xilografistas se separaron de la producción de textos alcanzando así un gran nivel de técnica, a esta época pertenecen genios como Alberto Dürero (Figura 1.14) y Lucas Cranach el Viejo, que al igual que muchos ilustradores de la época navegaban entre la pintura y el grabado. Tal como la imprenta se fue perfeccionando, los métodos de grabado de imágenes evolucionaron de la madera al metal, pasando del cobre y el acero hasta su aleación (la galvanización) y de éstas a la piedra lo que permitió la impresión de imágenes a color, dando además la posibilidad de un mayor detalle y calidad de imagen (Figura 1.15).

Por el lado ideológico y retrocediendo un poco, durante el Renacimiento y el Barroco se sentaron las bases históricas, ideológicas y culturales para la siguiente gran evolución ideológica, la ilustración, durante esta época de cambio, en el mundo de las imágenes impresas no hubo gran avance en cuanto a técnica, sin embargo, las nuevas ideas trajeron consigo nuevos medios para ilustrar gráficamente como las publicaciones periódicas, folletos de propaganda (aunque estos fueron usados desde las guerras religiosas adquirieron mayor importancia en esta época), y los inicios del cartel. También los contenidos de los libros publicados cambiaron de tal forma que los libros científicos, filosóficos y de literatura sobrepasaron por mucho a los religiosos, cambiando el contenido de las imágenes.

Hasta finales del siglo XIX los ilustradores fueron llamados artistas o artesanos, dado aún existía una diferencia entre las bellas artes y las artes aplicadas; de esta forma pintores, escultores, arquitectos, grabadores eran llamados artistas por igual, las bases de la diferencia fueron marcadas hasta el siglo XX con la Bauhaus,¹¹ dicha escuela entre otras cosas sentó las bases del actual diseño gráfico, pero también marco la diferencia entre arte y arte aplicado, tras lo cual los ilustradores dejaron de ser llamados artistas y también fueron diferenciados de los diseñadores como dibujantes publicitarios. Para mediados de este siglo la creación de la imagen era cosa de diseñadores, fotógrafos, publicistas e ilustradores. La Bauhaus sentó las bases del actual que también serían empleadas para las teorías de la imagen que sustentan a la vez a la única teoría con la que cuenta la ilustración gráfica.

La evolución tecnológica del siglo XX permitió la aplicación de mejores técnicas, y ya para finales de este siglo la computadora se abrió paso hasta llegar a ser una herramienta indispensable; esto en el ámbito de la ilustración gráfica significó el paso del papel al pixel, el nacimiento de la imagen creada digitalmente (Figuras 1.16, 1.17 y 1.18), esta forma de elaborar imágenes aún se sigue perfeccionando y dada su practicidad esta sustituyendo rápidamente a las técnicas ahora denominadas tradicionales.

Como hemos visto, históricamente la ilustración gráfica ha evolucionado en conjunción con las innovaciones para la creación de herramientas, materiales, métodos de reproducción de imagen, refinamientos en los métodos de dibujo y representación, pero también ha pasado de las técnicas existentes en los orígenes, como el uso de

11. Fue la escuela de Diseño, Arte y Arquitectura fundada por Walter Gropius, la Bauhaus sentó las bases normativas y patrones de lo que hoy conocemos como diseño industrial y gráfico; antes de su existencia estas dos profesiones no existían tal y como fueron concebidas dentro de esta escuela, estableciendo los fundamentos académicos sobre los cuales se basan en la actualidad.

pigmentos naturales y la utilización de las propias manos como herramientas, sin posibilidades de reproducción de la imagen, hasta las innovadoras técnicas digitales que van desde la aplicación de una técnica tradicional en un ambiente digital, pasando por la manipulación de fotografías, hasta la construcción en programas 3D de personajes o escenarios llamados virtuales (Figura 1.19).

La comunicación en ILUSTRACIÓN GRÁFICA

La motivación que existe detrás de la creación de una ilustración gráfica, como he planteado antes, responde siempre a una necesidad comunicativa; en la actualidad, tanto las técnicas y materiales avanzados como la complejidad del lenguaje que se maneja al realizarlas, no cambian el fin por el cual se crean, así pues cuando se trata de esta especialidad no se puede dejar de hablar de comunicación, ya que como he planteado, una ilustración gráfica tiene como fin llevar un mensaje.

Cuando se trata este tema por lo general se piensa en un modelo básico, similar al “Esquema de seis polos de los factores inalterables de la comunicación verbal” de Román Jakobson¹² (ver esquema a continuación) que cuenta con un emisor, mensaje, destinatario, contexto, canal y código. Como sucede en cualquier representación de este tipo el proceso es mostrado de forma simplificada, sin embargo, este es un entretreído de hechos-respuestas-códigos-mensajes-situaciones que en cada caso modifica la participación de sus elementos para privilegiar determinada función para la que es realizada.¹³



En la ilustración gráfica el mensaje y el receptor tienen un mayor peso que el resto de los participantes, ya que en el contexto en el que se desarrolla la necesidad comunicativa las características del canal o medio (la ilustración gráfica) y el código, son determinados de manera premeditada para lograr establecer la comunicación, es decir, que el mensaje llegue al receptor. En este contexto el emisor juega únicamente el papel de enunciador pues la respuesta que busca del receptor no es personal,¹⁴ para lograr dicha respuesta requiere de un intermediario, que codifique el mensaje (el ilustrador), y así encontrar la mejor manera de que el medio sea atractivo y decodificable para el receptor. El ilustrador, como responsable de codificar el mensaje, busca a por medio de un análisis de los elementos participantes resolver la necesidad comunicativa a través de la manipulación del **código**, que en ilustración gráfica es el lenguaje visual, según las particularidades del **receptor**, el **mensaje** y el **contexto**. Dado que cada ilustración gráfica es un caso comunicativo particular haré una generalización para hablar de los elementos mencionados, así pues por ahora abordaré la parte del receptor mediante el proceso por el cual el ser humano percibe la imagen, para después abordar el lenguaje visual como codificación, el contexto como factor decisivo en ésta y por último la construcción del mensaje.

12. Martine Joly, *Introducción al análisis de la imagen*, Argentina, La Marca, 1999, p.62.

13. Arfuch, Leonor, *Diseño y comunicación: Teorías y enfoques críticos*, Buenos Aires, Paidós, SAICF, 1997, p. 53.

14. Puede tratarse, por ejemplo, de una reacción pero no de una respuesta en el mismo código, como sucedería en una comunicación persona a persona.



Figura 1.17: Ilustración Digital.



Figura 1.18: Ilustración Digital.

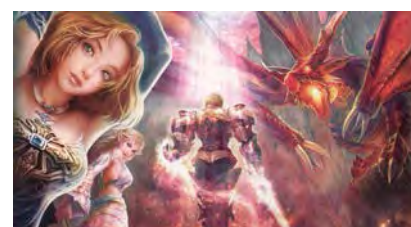


Figura 1.19: Ilustración digital hecha en programa 3D.

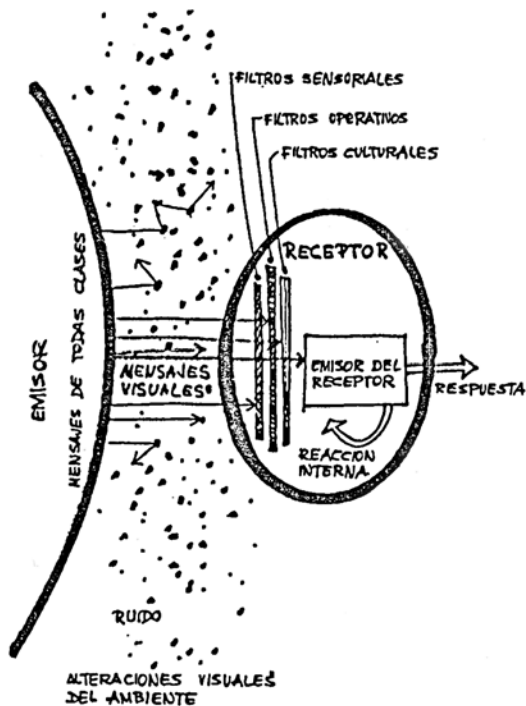


Figura 1. 20: El significado que damos a las imágenes es resultado de una percepción personal, nuestra percepción es afectada por múltiples factores, tal como lo representa Bruno Munari en este esquema.

El receptor (La percepción de la imagen)

La imagen, más allá de la recepción visual, al ser procesada adquiere significados que no están dados sino que son el resultado de una conceptualización, un desciframiento de significados. En nuestro sistema óptico la imagen llega como una serie de estímulos luminosos a las células encargadas de recibir la información y ellas la transmiten para crear una imagen cerebral que es solamente una mera forma, una imagen sin significado alguno, sin nombre, que posteriormente se relaciona con nuestras experiencias adquiriendo significados de acuerdo con éstas y dando como resultado la percepción.

El significado que damos a las imágenes es resultado de la mezcla de tres factores, uno *fisioperceptual*, que responde a una cuestión fisiológica personal, uno *etnooperceptual* dado por la cultura particular a la que pertenece el individuo, y otro *idoperceptual* dado por una conceptualización personal¹⁵ (Figura 1.20).

Individualmente uno aprende mediante la experiencia, A. Dondis¹⁶ denomina al conjunto de los significados que aprendemos de las imágenes como alfabetidad visual, un proceso parecido a lo que sucede con el lenguaje oral, en él el significado de las cosas es abstraído del objeto mismo, veamos lo que sucede con las palabras, por ejemplo, ellas significan lo mismo que el objeto sin que éste tenga que estar presente. Para aprender a hablar nuestros padres nos enseñan el objeto y nos dicen la palabra que le identifica en el lenguaje fonético, mediante otras experiencias asignamos un significado más personal a ambos (a la palabra y a la imagen). Con las palabras hacemos existir al objeto con sólo nombrarlo, lo mismo sucede con las imágenes representativas (como la imaginación o los pensamientos) cuando pensamos en el objeto, tenemos presente su significado, de igual forma ocurre con las imágenes diseñadas, solo que el objeto está presente en una representación plástico-simbólica¹⁷ que también tiene una asignación de significados.

La alfabetidad visual responde a la percepción del ser humano en su experiencia particular, en su pragmatismo, es decir, la capacidad que una persona tiene de recibir la información dada en una imagen, misma que depende en gran medida del lenguaje visual que el receptor posea, pero este no proviene de un aprendizaje personal dado casualmente, siempre esta influido y hasta cierto punto definido por la cultura a la que pertenece, como en todo, en las culturas, el lenguaje es resultado de una convivencia cotidiana que data de muchas generaciones atrás y de muchos factores que atañen a las actuales.

Así como las tradiciones son inherentes a una cultura, las creencias, los ideales e incluso la forma de actuar, también los significados que asignamos a los lenguajes que empleamos pertenecen a la misma. En percepción de la imagen esto genera un grado de similitud entre individuos de un mismo contexto social, así al momento de manipular una imagen para que comunique un determinado mensaje podemos esperar una respuesta análoga en la interpretación de significados y en las reacciones ante estos, hablando de un grupo de individuos con características similares. Esta cualidad de la respuesta ante la percepción de la imagen es un punto clave en la creación de las ilustraciones gráficas, ya que si bien, no podemos adivinar la reacción exacta de cada individuo, podemos confiar en que determinado grupo de destinatarios con ciertas características similares, como edad o estrato social, por poner algunos ejemplos, reaccionará de una forma y no de otra.

15. Guben Román, *Del bisonite a la realidad virtual*, Barcelona, Anagrama, 1996 p18-19.

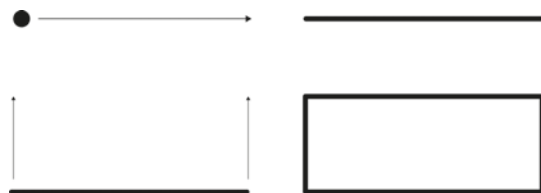
16. Dondis, A. Donis *La sintaxis de la imagen*, México, Gustavo Gili, 2007, p. 21.

17. Guben Román, *op. cit.*, p.21.

El código (El lenguaje visual)

Ahora nos toca hablar de la forma en que la imagen es manipulable. A este respecto Jordi Pericot¹⁸ plantea que para la creación de cualquier mensaje comunicativo empleamos el conocimiento del lenguaje de tal forma que es como una caja de herramientas, uno debe conocer el uso que se da a cada herramienta para poder utilizarla, en ilustración gráfica se emplea el lenguaje visual como código, este como todo lenguaje está compuesto por “un conjunto estructurado de formas [...] que se realiza de acuerdo con unas reglas sociales institucionalizadas”¹⁹ que nos permiten codificar y decodificar un mensaje. Esto a diferencia de lo que sucede en la mayor parte de los lenguajes, no es absoluto ya que como veíamos la forma de interpretar las imágenes visuales depende del receptor y de su alfabetidad visual. Veamos entonces de qué manera se puede manipular un mensaje mediante este lenguaje tan subjetivo.

En general el lenguaje visual se compone de distintos tipos de formas, que existen a partir de otros elementos llamados conceptuales²⁰ (punto, línea y plano) (ver esquema a continuación), que si son visibles componen la forma, está en su modalidad más básica (cuando aún no adquiere un significado) puede percibirse tal como a una mancha, esta misma forma cuando coincide con algún objeto identificable de nuestro alfabeto visual se convierte en lo que en el lenguaje icónico se conoce como iconema (una forma que tiene un referente) dicha unidad reconocible podemos identificarla



pero aún no contiene un mensaje codificado, estas unidades son las que componen un signo icónico que es la imagen codificada que ya contiene un mensaje, por ejemplo con un grupo de iconemas que nuestra alfabetidad visual reconoce como árboles podemos formar el signo icónico de un bosque. (Figuras 1.21 y 1.22).

A su vez los signos icónicos pueden construirse por incrustación o yuxtaposición,²¹ la incrustación implica una relación de pertenencia que guardan las partes por inherencia, por ejemplo, la nariz, la boca y los ojos guardan esta relación en la construcción de un rostro (Figura 1.23); por otro lado, la yuxtaposición es la integración de varios iconemas sin relación aparente que unidos logran cierta evocación icónica, como el ejemplo del bosque.

Como comunicadores visuales utilizamos generalmente la yuxtaposición para la creación de mensajes visuales, para construir uno específico debemos elegir los elementos necesarios, estamos hablando de la construcción de una composición visual, una disposición o configuración de iconemas en el espacio dedicado para la construcción del mensaje. Así determinados grupos de iconemas dispuestos de una manera específica forman un mensaje específico, por ejemplo, una nube junto al Sol puede significar un día soleado, pero debemos seleccionar cuidadosamente el orden y la posición de elementos tal como lo hacemos al escribir, así como no significa lo mismo escribir “por supuesto” que “supuesto por”, en la imagen no tiene el mismo significado el Sol sobre la nube (Figura 1.24), que la nube sobre el mismo Sol, el primero puede significar algo positivo como un día soleado o feliz pero el segundo podría significar algo negativo (Figura 1.25), un día nublado o triste.



Figura 1.21

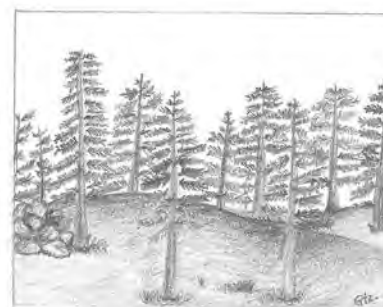


Figura 1.22

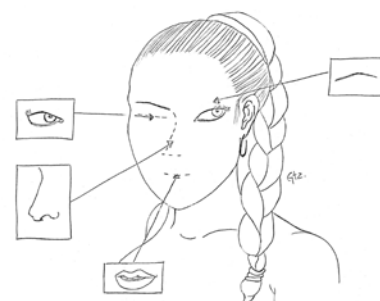


Figura 1.23



Figura 1.24



Figura 1.25

18. Pericot, Jordi, *Servirse de la imagen*, Barcelona, Ariel, 1987, p170.

19. Pericot, Jordi, *op. cit.*, p.49

20. Wong, Wucius, *Fundamentos del diseño bi-y tridimensional*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981, p.10

21. Cole, Raymond, *Iniciación al lenguaje de la imagen*, Santiago, Chile, Universidad Católica de Chile, Escuela de Periodismo, 1998.

Dentro de la construcción del mensaje mediante la imagen tenemos además la intervención de los signos plásticos que son los colores, formas,²² composición interna y textura, la selección y uso de estos elementos, mismo que dependen del mensaje y que son particulares en cada caso comunicativo, así pues esta parte de la codificación la expondré de forma particular al abordar los casos comunicativos de la parte práctica en los siguientes capítulos de esta investigación, por ahora hablaré de manera general de la forma en que el contexto afecta la codificación del mensaje.

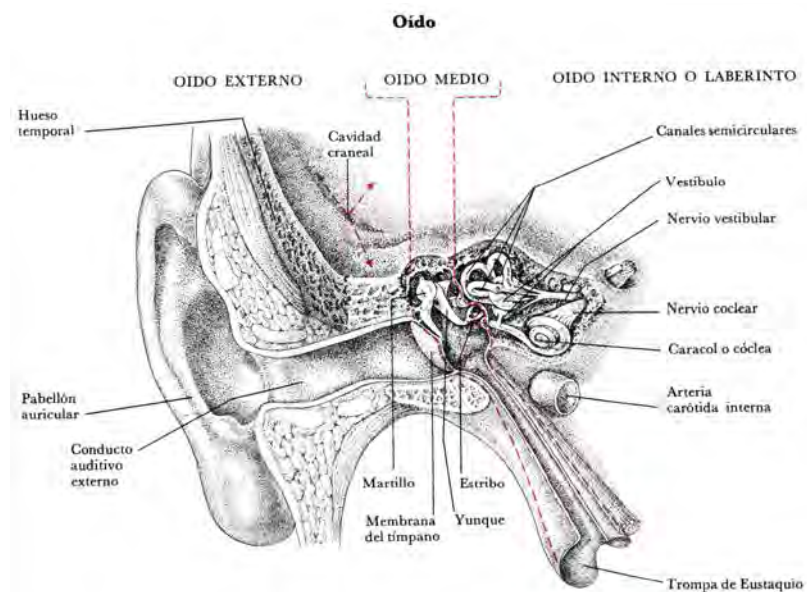
El contexto

Además de los elementos que lo conforman el mensaje, en el que éste también es afectado por el entorno, lo mismo sucede con la ilustración gráfica que es afectada por el espacio en el cual será presentada a los posibles receptores, por lo cual el contexto también debe ser tomado en cuenta al momento de elaborarla. Los contextos de una ilustración gráfica pueden ser todo tipo de medios impresos y audiovisuales, en este sentido el ilustrador debe tomar en cuenta que la información no se transmite de la misma manera en cada uno de los diferentes medios, por ejemplo, no es lo mismo observar una imagen en un libro, en un espectacular, en la etiqueta de un envase, en un cartel o en un camión con un anuncio, por tanto no debe ser lo mismo elaborar un mensaje para tan distintos medios.

Entonces, según el medio, la codificación del mensaje debe privilegiar ciertas herramientas para establecer una comunicación, por ejemplo cuando hablamos de un cartel, para la correcta codificación del mensaje se deben utilizar factores que logren captar la atención de posibles receptores, como el impacto visual, si éste es efectivo logrará establecer una comunicación que no durará más de treinta segundos y por tanto deberá ser clara y concisa (Figura 1.26), en contraste tenemos el tipo de comunicación que se establece en un libro, por ejemplo uno de medicina, en él la función de la imagen es exponer el mensaje de forma clara y analítica, la comunicación sucede en el tiempo que le tome al perceptor captar la o las partes que le interesen del mensaje (Figura 1.27). Así como en los ejemplos anteriores las formas de comunicar se establecen dependiendo en gran medida del medio que cada mensaje tiene y las particularidades dadas por el objetivo que deben cumplir ante el perceptor, con ello podemos confirmar que cada ilustración gráfica es un caso comunicativo único y por lo mismo debe resolverse de forma distinta.



Figura 1.26 y 1.27



Por otro lado, el medio puede ser de gran ayuda para definir al tipo de receptor al que nos dirigimos esto se debe a la generalización de la motivación humana que ocurre en las sociedades que mencionaba antes, ésta hace que un grupo de personas con

22. Forma en su sentido más básico, cuando aún no adquiere significado.

características similares tenga conductas análogas, por ejemplo, una publicación de música alternativa muy posiblemente será adquirida por un joven, en cambio una publicación de ideas para el hogar no le resultaría interesante. También podemos ver que el receptor puede definir el contexto en el cual se insertará el mensaje, por ejemplo, sería absurdo colocar un anuncio de diamantes en el transporte público, ya que la gente que lo utiliza no tiene las posibilidades económicas para adquirir el producto y la que lo tiene no utilizarían este medio de transporte.

De esta forma, en la construcción de una ilustración gráfica se debe tomar en cuenta el soporte en que será presentada por diversas razones que incluyen la función, las características, el público al que irá dirigida y la técnica en que será elaborada, esto también lo abordaré más adelante de forma particular al momento de plantear la parte práctica de este trabajo.

CLASIFICACIÓN DE LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA

La tarea de clasificar podemos definirla como “la actividad de agrupar determinados elementos de una materia, tema o actividad de acuerdo a atributos o propiedades comunes entre ellos”.²³ Cada caso de ilustración gráfica, como ya he repetido, tiene muchísimas particularidades por lo cual su clasificación es una tarea compleja, en este sentido podemos ver que cada autor que requiere hablar de ella maneja una clasificación de acuerdo a sus propios criterios o las necesidades de su proyecto pero estas raras veces abarcan todos los tipos de ilustración. Para definir un sistema de clasificación es necesario elegir con base en qué atributos vamos a agruparlos y cómo vamos a organizarlos, así pues de acuerdo a sus particularidades la ilustración puede clasificarse bajo seis criterios: por su función, características, tipología, el soporte en el que se presentará, el público al que va dirigido y la técnica con la que se hace.

Para clasificar los tipos de ilustración gráfica que existen tomaré como referencia este sistema utilizado por el Lic. Guillermo Rivera²⁴ mediante el cual se responde una a una a las particularidades de cada imagen, es un sistema funcional tanto para clasificarlas como para determinar las particularidades que se requieren para su creación.

Para ambos casos debe responderse de acuerdo a las categorías antes mencionadas:

¿Qué función tiene?

Decorativa, informativa, educativa (implica un cambio de actitud), publicitaria, narrativa.

¿En qué soporte se presenta?

Editorial, discos, darteles, etcétera.

¿Qué características tiene?

Dependiente, independiente, semi-dependiente, correlación con texto, etcétera.

¿A qué público va o dirigida?

Infantil, juvenil, adultos, etcétera.

¿A qué tipología pertenece?

Científica, histórica, didáctica técnica, documental, etcétera.

¿Con qué técnica se hizo?

Acuarela, acrílicos, lápiz de grafito, mixta, etc.

Por ahora me enfocaré en la función de clasificación que cumple este modelo continuando con unos ejemplos y más adelante lo retomaré como soporte de creación. Las imágenes, tal como sucedería con una clasificación científica, son clasificadas respondiendo a las preguntas anteriores, de tal modo que una imagen abarca las cinco categorías de la siguiente manera:

23. Montero, Yusef Hassan, < http://www.nosolousabilidad.com/articulos/sistemas_clasificacion.html>.

24. Catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México, que imparte las materias de Teoría de la Ilustración y Dibujo, en la escuela Nacional de Artes Plásticas.

Ejemplo 1 (Figura 1.28): En una clasificación por tipología esta es una ilustración gráfica erótica, pero además responde a las demás categorías siendo recreativa, independiente del texto, editorial, para adultos y hecha en acrílico.

Por su función:

Es recreativa.

Por sus características:

Es independiente del texto.

Por tipología:

Es erótica.

Por el soporte en el que se presenta :

Es editorial.

Por el público al que va dirigida:

Es para adultos.

Por la técnica con la que se hace:

Esta hecha con acrílicos.



Figura 1.28: Ilustración de Sorayama de su libro Hajime sorayama, Koln: Benedikt Taschen, 1993, p 20.

Ahora veamos como en cualquier contexto este método de clasificación es funcional. Ejemplo 2 (Figura 1.29):



"Say, this really is a complete home entertainment center!"

Figura 1.29: Cartón cómic de Dean Yagle para la Revista Playboy Entertainment for men, Vol. 50, No-8 August 2003 p.138

Por su función:

Es recreativa.

Por sus características:

Correlación con texto.

Por tipología:

Es erótica.

Por el soporte en el que se presenta:

Es editorial.

Por el público al que va dirigido:

Es para adultos.

Por la técnica con la que se hace:

Esta hecha con gouache.

Ejemplo 3 (Figura 1.30):



Figura 1.30: Anuncio de revista MAX Todo el hombre, Núm. 60, Año 2005 Editorial Premiere.

Por su función:

Es publicitaria.

Por sus características:

Correlación con texto.

Por tipología:

Es erótica.

Por el soporte en el que se presenta:

Es editorial.

Por el público al que va dirigido:

Es para adultos.

Por la técnica con la que se hace:

Esta hecha en fotografía.

Ejemplo 4 (Figura 1.31):

Por su función:

Es publicitaria.

Por sus características:

Es independiente del texto.

Por tipología:

Es erótica.

Por el soporte en el que se presenta:

Es editorial.

Por el público al que va dirigido:

Es para adolescentes y jóvenes.

Por la técnica con la que se hace:

Esta hecha en fotografía.

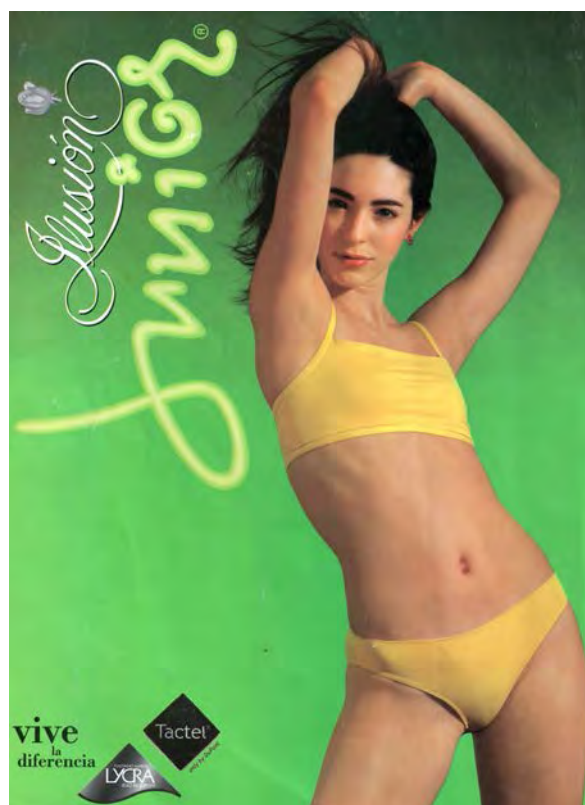


Figura 1.31: Anuncio de revista Tú Año 23, Núm.01, Enero 2002, Grupo Televisa.

Ejemplo 5 (Figura 1.32):

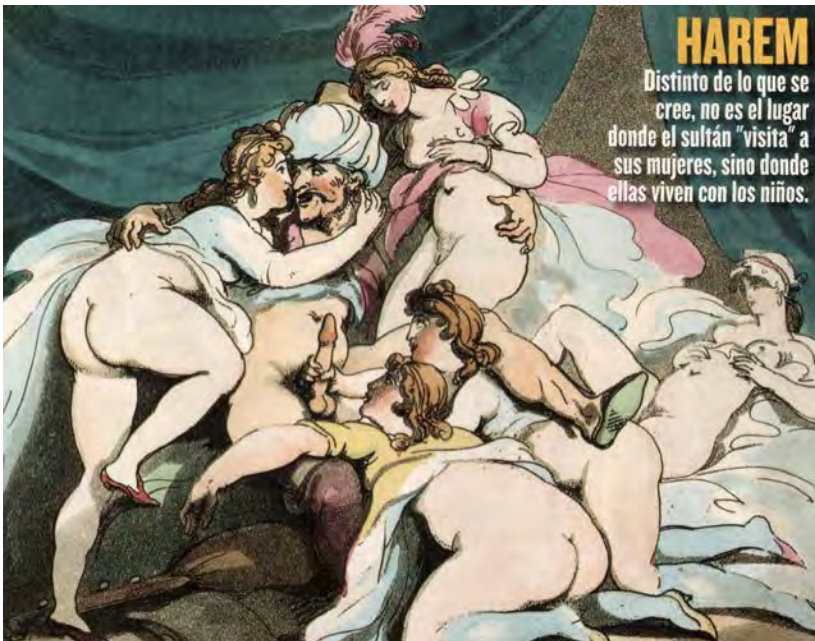


Figura 1.32: Ilustración para artículo de revista. Revista Quo Especial de Sexo, p.22, otoño 2006. Hachette Filipacchi Media Group (HF-M).

Por su función:

Es informativa.

Por sus características:

Tiene correlación con texto.

Por tipología:

Es erótica.

Por el soporte en el que se presenta:

Es editorial.

Por el público al que va dirigido:

Es para adultos.

Por la técnica con la que se hace:

Esta hecha con acuarela.

Ejemplo 6 (figura 1.33):

Por su función:

Es decorativa.

Por sus características:

Es independiente del texto.

Por tipología:

Es erótica.

Por el soporte en el que se presenta:

Es editorial.

Por el público al que va dirigido:

Es para jóvenes.

Por la técnica con la que se hace:

Esta hecha en óleo.



Figura 1.33: Ilustración de Brom para el juego de cartas Dark Age, FPG, 1997, Título: Peace, Técnica: Óleo sobre madera, Medidas: 30.5 x 20.5 cm.

Como pudimos ver en los ejemplos anteriores este tipo de clasificación es muy útil incluso para imágenes en general, en el tercer capítulo veremos cómo se puede emplear al momento de trabajar en la construcción de una ilustración gráfica, ya que como hemos podido ver el trabajo de un ilustrador se aleja mucho de ser sólo inspiración y técnica, un ilustrador debe ser analítico, como todo creador debe poseer muchos conocimientos y además debe tener la capacidad de sintetizarlos para traducirlos al lenguaje visual, que es, como he planteado, un lenguaje subjetivo, por lo cual debe hacerse de acuerdo a las características de los integrantes de la comunicación, es decir, en función del receptor, el código y el contexto ya que la creación de una ilustración es la construcción de un mensaje.

Dos | Erotismo

“El encuentro erótico comienza con la visión del cuerpo deseado. Vestido o desnudo, el cuerpo es una presencia: una forma que, por un instante, es todas las formas del mundo.”

Octavio Paz

DEFINICIÓN DE EROTISMO

La falta de costumbre en la sociedad para tratar de manera cotidiana al erotismo nos ha llevado a restringirlo y al juego de su semiexistencia, la vergüenza al nombrarlo y la culpa al vivirlo, a pesar de ser un acto importante para la conservación de nuestra especie y lo relevante que es para cada uno en particular, nos ha llevado a limitar uno de los eventos sensibles de nuestras vidas, de ahí la importancia de encontrar un modo de fomentarle, y de cierta manera salvar la sensibilidad que nos transforma en seres ampliamente dotados capaces a la vez de sentir, y principalmente de expresar.

El erotismo es esencialmente una parte de la sexualidad que se presenta en muy pocas especies,¹ entre ellas la nuestra, se trata de una sensación subjetiva, relativa al placer sexual, que se puede disociar de la reproducción, el coito e incluso del instinto,² pero depende ampliamente de nuestra sensorialidad.

Más allá de ser únicamente una parte enriquecedora de nuestra sexualidad *es la manera en la cual podemos experimentar excitación sexual a través de los sentidos*, por tratarse de una práctica sensible se enriquece con la experiencia y cada vez que se experimenta (siente) se le descubre (percibe) de manera distinta. Siempre está regulada por consideraciones psicológicas y sociales,³ por tratarse de una sensación subjetiva y relativa a la sexualidad. Va de la mano del deseo y la imaginación por lo cual puede tratarse de algo intangible independientemente de la posibilidad de convertirse en algo real, en palabras de Octavio Paz: “Es sexualidad transfigurada: metáfora”⁴ (Figura 2.1).

Por último, es también visto como un proceso mediante el cual aceptamos nuestra naturaleza reproductiva, ya que el individuo dentro de la sociedad se ve sometido a un control de ésta, lo que se traduce en una negación del instinto sexual producida por la presión externa (social).⁵

Las PARTICULARIDADES DE LA SEXUALIDAD HUMANA

Al hablar de sexualidad pretendo plantear más extensamente el campo en el que se desarrolla el erotismo con el fin de abordar el problema comunicacional de la parte práctica de este trabajo de investigación. Para hablar de la convivencia de nuestra sociedad mexicana con el erotismo primero tengo que plantear en qué consisten nuestros aspectos sexuales como seres humanos, y cómo se desarrollan, para posteriormente plantear el perfil que nuestra sociedad tiene en este aspecto.

Antes entrar en el tema es necesario hacer una advertencia: para hablar de la sexualidad tenemos que dejar de lado la subjetividad, hay que verla sin prejuicios e incluso hay que despojarnos de aires de grandeza para con nuestra especie, ya que si bien somos seres pensantes no dejamos de ser integrantes de la naturaleza y la parte de la sexualidad que abordaré es tan solo la conducta de una especie más, nuestra especie, así que mantengamos la mente abierta a este tema.

Como especie, nuestra inteligencia evolucionó hasta convertirnos en una raza pensante, lo que nos dio la posibilidad de separar la reproducción,⁶ que es el fin de la sexualidad,⁷ de todas las actividades relacionadas con nuestros instintos sexuales, de tal manera que en nuestro raciocinio como seres humanos albergamos tres aspectos que comprenden nuestra sexualidad, *los fisiológicos*, que abarcan un desarrollo anatómico-hormonal (Figura 2.2) que se lleva a cabo durante toda nuestra vida, *los*



Figura 2.1: “Alone” Boris Vallejo, 1980 ilustración de su libro *Mirage*.

1. Tello, Antonio, *Gran Diccionario del erotismo de voces de España e Hispanoamérica*, Madrid 1992.

2. Bataille, Georges, *El erotismo*, Mexico, Tusquets, 1997.

3. Gagnon, John H., *Sexualidad y cultura*, México DF; Pax México, 1980.

4. Octavio Paz, *La llama doble: amor y erotismo*, Barcelona, Seix Barral, 1993, p.206.

5. McDougall, Joyce, *Las mil y una caras de eros: la sexualidad humana en busca de soluciones*, Buenos Aires, Paidós, 1996, p. 11.

6. Cabe mencionar que no todos los aspectos de la sexualidad culminan en la reproducción, sin embargo la finalidad que la naturaleza le asignó es la preservación de la especie.

7. Bataille, Georges, *op. cit.*, p. 131.

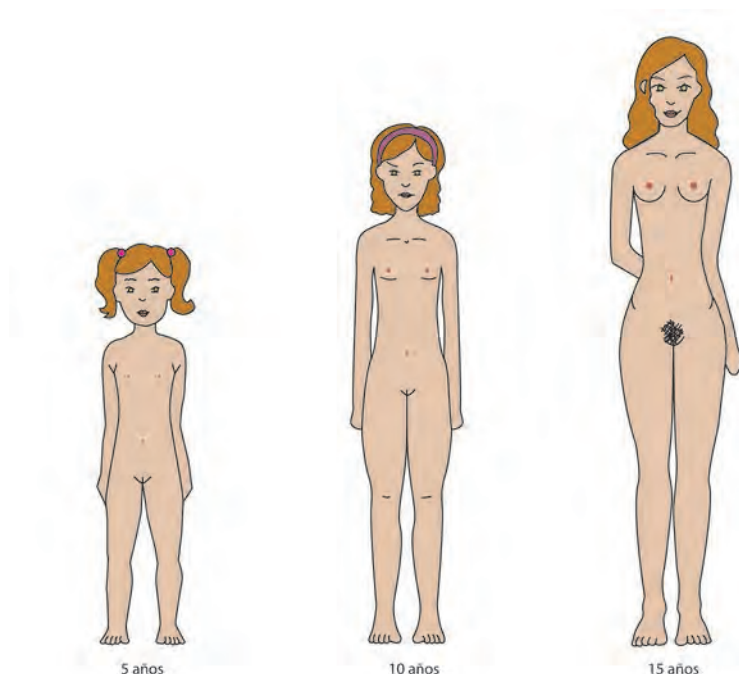


Figura 2.2(izquierda): Los rasgos fisiológicos que definen a una persona como de determinado género son consecuencia de una presencia hormonal que se incrementa durante el desarrollo.

socioculturales, que regulan nuestro instinto en un marco de restricción-permisión que es diferente en cada cultura y *los psicológicos*, que incluyen la relación entre el desarrollo fisiológico, nuestro entorno y la percepción personal de nuestra sexualidad.⁸

Como en todas las especies el inicio de nuestra sexualidad está en el mismo momento de la fecundación, en el momento que comenzamos a existir,⁹ así pues podemos afirmar que nuestra sexualidad no tiene un comienzo ni un fin,¹⁰ ella nos acompaña a lo largo de nuestra vida, sin embargo desde el momento en que nuestro entorno tiene conocimiento de nuestro sexo cromosómico ya mantiene en nosotros una influencia de comportamiento.

Para el momento en que tomamos conciencia de nosotros mismos y nuestra individualidad ya hay sobre nosotros muchas expectativas que incluyen las de índole sexual, es decir además de una carga genética-hormonal tenemos la influencia de la sociedad.¹¹ Al momento de nacer y ser reconocidos físicamente como miembros de un género comienzan a transmitirnos ciertas actitudes que culturalmente se reconocen como inherentes a un género,¹² entonces, así como las características psicológicas que hacen que una persona se reconozca como hombre o mujer no están determinadas a la hora de nacer, tampoco existen para un recién nacido comportamientos masculinos o femeninos preestablecidos,¹³ un buen ejemplo es la apariencia física que construyen en un bebé dependiendo su sexo, se reconoce normalmente el color azul para la vestimenta de los niños y el rosa para las niñas (Figura 2.3), también se hacen diferencias en el tipo de peinado que usa cada uno; este tipo de contrastes son los primeros rasgos que reconocemos como diferencias, ya que no somos conscientes de las que posee fisiológicamente cada sexo, del mismo modo las sensaciones que percibimos de nuestra sexualidad no tienen significado alguno.

Es alrededor de los dos o tres años, cuando somos capaces de pensar simbólicamente, cuando podemos tomar conciencia de las diferencias fisiológicas, éstas provocan un choque que se conoce como complejo de castración, que en el niño se presenta como un miedo a perder el miembro en manos de su padre (e inconscientemente representa un temor a ser separado de la madre), y en la niña es una creencia de pér-



Figura 2.3: La influencia social de comportamientos aceptables para un género determinado se ven reflejados en actitudes hacia nosotros que se dan desde nuestros primeros años de vida, como en el color de la vestimenta o el peinado.

8. La autora.

9. Ugarte, Héctor Manuel, *Conducta humana instintos y sociedad*, México DF; Alfíl, 2004, *passim*.

10. Zegers Prado, Beatriz, *Descubrir la sexualidad*, Santiago, Chile, Universidad Católica de Chile, 2003 2003, p.71 a 77.

11. Zegers Prado, Beatriz, *op cit*, p.71

12. Lamas, Marta, *Cuerpo: Diferencia sexual y género*, México, Taurus,2002, *passim*

13. Zegers Prado, Beatriz, *idem*.

didáctica peniana que finalmente se verá compensada con el saber que ella, al igual que su progenitora, puede ser madre.¹⁴

En esta etapa existen otros complejos que en las niñas se denomina de Electra y en los niños de Edipo, ambos consisten en la atracción por el progenitor del sexo opuesto que en los dos casos cumplen la función de práctica para ubicarnos dentro de nuestro contexto de mujeres u hombres, ya que al ir superándolos comenzamos a identificarnos con el progenitor del mismo sexo asimilando las actitudes de ellos y entre ellos.

El aprendizaje que se lleva a cabo durante la niñez está relacionado con las conductas que se observan e imitan y por lo mismo desde esta edad el medio comienza a determinar la carga positiva o negativa que el futuro joven le asignará a su sexualidad y los comportamientos sexuales que irá experimentando durante su siguiente etapa de desarrollo se seguirán viendo afectados ya no sólo por la familia, sino por el entorno social en el que se desarrolle.¹⁵

La presencia de nuestra sexualidad, en la mayor parte de las sociedades de América latina, es aceptada en la etapa conocida como adolescencia,¹⁶ ésta se puede subdividir en dos etapas: la pre-adolescencia y la adolescencia, durante éstas se da el desarrollo más significativo de la sexualidad humana, el paso de la niñez a la juventud que implica una maduración fisiológica.¹⁷

Durante su primera etapa, la preadolescencia, que va de los ocho a los doce años, se dan los cambios físicos más drásticos de nuestra vida, mientras dejamos de ser niños se da el desarrollo de distintas partes del cuerpo que se engloban con el nombre de caracteres sexuales secundarios¹⁸ (Figura 2.4). Durante esta primera etapa, la principal diferencia en el plano psicosexual radica en la aceptación que genera en los niños su nueva condición de individuos sexuales y la posición que toman las niñas, ésta última varía mucho más que en el caso de los chicos tendiendo a su rechazo ya que ésta se manifiesta a través de un cambio no buscado, la menstruación.

Desarrollo de los caracteres sexuales secundarios

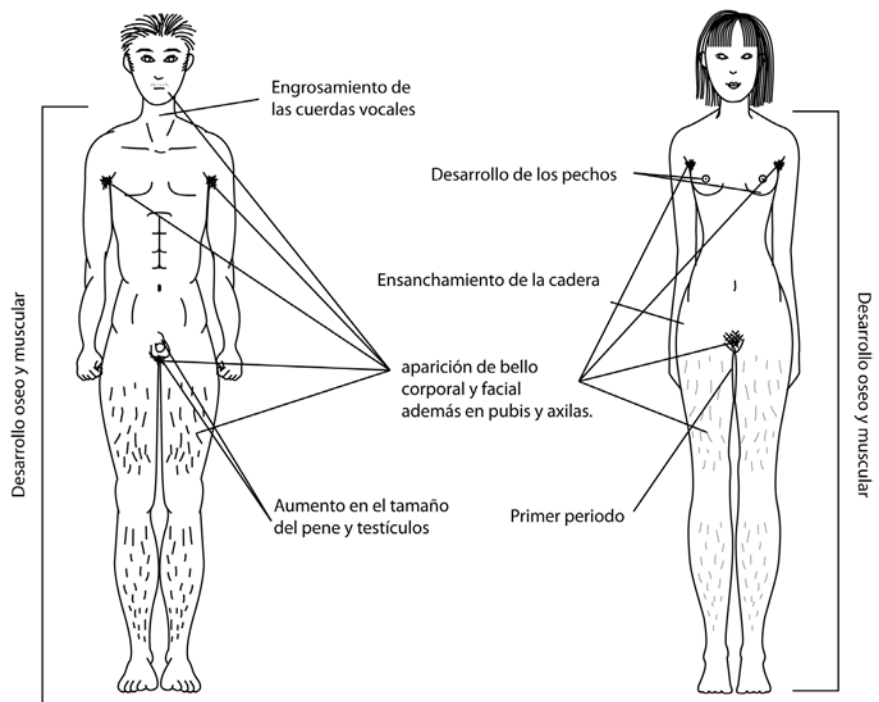


Figura 2.4(derecha): El desarrollo de los caracteres sexuales secundarios cubre en ambos géneros el desarrollo muscular, crecimiento de los huesos, que se perciben con el aumento de talla y peso —que son acelerados en comparación con la niñez—, aparición de vello corporal en las axilas, piernas, brazos, pubis y facial en los chicos, con aumento del tamaño del pene y testículos, engrosamiento de las cuerdas vocales y las primeras eyaculaciones, y en las chicas el desarrollo de los pechos, ensanchamiento de caderas y llegada de la menstruación.

14. Verdell, Joan, *Pasiones Ocultas: De cómo nos convertimos en sujetos sexuales*, Barcelona, Ariel, 1999 p.86.

15. Gagnon, John H. *op. cit., passim*.

16. Faure-Oppenheim, Agnes, *La elección del sexo: A propósito de las teorías de R. J. Stoller*, Torrejón de Ardoz, *passim*.

17. Verdell, Joan, *op. cit.*, p. 88.

18. Comfort, Alex, *El adolescente: sexualidad, vida y crecimiento*, Barcelona, Blume, 1980.

La llegada de la menstruación es considerada el inicio del proceso de convertirse en mujer y tiene significados muy diversos, dependiendo de la sociedad, pero en general implica que la sexualidad estará presente a partir de ese momento y que la chica puede llegar a ser madre. En el niño no existe un equivalente en el desarrollo fisiológico que tenga una expectativa social parecida a la menstruación, el evento más equiparable según Joan Verdell¹⁹ es la masturbación con conciencia sexual de ella,²⁰ ya que ambos eventos cambian la percepción de la función de los aparatos reproductores y del cuerpo mismo, abren la puerta a la comprensión de la posesión de un cuerpo sexuado.

El desarrollo de los caracteres sexuales secundarios, en cuanto a cambios en la fisonomía, también tiene distintos significados en cada género, sin embargo en ambos casos existe una mejor aceptación ya que en la mayor parte de las sociedades implican un estatus apreciado de femineidad o masculinidad.

Durante la segunda etapa, la adolescencia, que sucede alrededor de los trece a los diecinueve años, se hace presente la libido y se llevan a cabo los primeros encuentros práctico-educativos hacia la sexualidad juvenil.²¹ En esta segunda etapa las fantasías juegan un papel muy importante en el aprendizaje, que más allá de ser exclusivamente físico implica un amplio redescubrimiento sensorial de nuestro cuerpo (Figura 2.5). Existe en ambos géneros una tendencia enorme a la fantasía aunque social y fisiológicamente éstas van dirigidas a distintos caminos lo que a futuro implica sexualidades que se externalizan de diferentes formas.

Las fantasías de las chicas se inclinan al lado afectivo y romántico influido por los estereotipos sociales y de los medios de comunicación, en cambio los chicos suelen interesarse por las manifestaciones físicas. En las fantasías sexuales de los chicos adolescentes comienzan a incluir el coito, aumenta la frecuencia con que se practica la masturbación y ésta es casi siempre acompañada por fantasías: historias que imaginar, imágenes que ver, películas o historietas eróticas y pornográficas, a estas alturas la masturbación culmina con la eyaculación y el orgasmo.

En las chicas la masturbación puede practicarse sin ser totalmente consciente de lo que se está haciendo, es común el frotamiento de los genitales investigando sensaciones sin considerarlo una práctica masturbatoria, es igualmente para ellas una forma de descubrir su sexualidad.

En este lapso del desarrollo es común el enamoramiento de ambas partes que implica un aprendizaje natural, son normales las relaciones fugaces, también tiene lugar el primer amor. Ambos tipos de relaciones permiten el desarrollo personal, así como el conocimiento del otro sexo, ya que como he mencionado, es en la adolescencia donde comienzan las primeras prácticas sexuales y el descubrimiento del placer obtenido por la acción de ambas partes mediante los primeros contactos eróticos con la pareja, aunque estos aún conservan el egocentrismo que define a esta etapa, en una búsqueda del placer propio.

Mientras se madura sexualmente —viendo de manera ideal al desarrollo sexual— se deberá empezar a buscar el placer de ambas partes. Cabe aclarar que no existe la madurez sexual como un fin, solamente existe como un proceso, mismo que comienza al final de la adolescencia, al inicio de la edad adulta y es progresivo, se va enriqueciendo con las prácticas sexuales, contiene una fase genérica que se desarrolla a partir de la práctica y se dice que concluye con el pleno equilibrio de amor y sexualidad con una pareja estable.

19. Verdell, Joan, *idem*.

20. Aunque esta no siempre implique una eyaculación, lo que marca fisiológicamente el inicio de la maduración reproductora es la aparición del líquido seminal. Tomado de: *Pasiones ocultas*, Joan Verdell.

21. Kaplan, Helen Singer, *El sentido del sexo: Un libro actual y documentado para los jóvenes*, Barcelona, México, Grijalbo, 1981, p. 180.



Figura 2.5: Durante la adolescencia se llevan a cabo nuestras primeras experiencias de acercamiento sexual al otro sexo y un redescubrimiento sensorial de nuestro cuerpo.

Las conductas que tenemos ante la sexualidad, en la edad adulta, serán el resultado de las experiencias adquiridas durante nuestro desarrollo, dado que éstas en gran medida son aprendidas por imitación, no diferirán mucho de las conductas tanto de nuestros padres como de nuestro entorno, sin embargo nuestra capacidad pensante nos da la posibilidad de cambiar pautas mediante el aprendizaje premeditado, o la búsqueda de ayuda de algún experto.

Como hemos visto a lo largo de esta sección, durante nuestro desarrollo y por la convivencia con el medio vamos asignando significados a cada evento de nuestro desarrollo sexual, lo cual construye en nosotros una identidad que implica nuestro reconocimiento como miembros de un sexo y a la vez una asignación social de conductas consideradas inherentes a cada uno. La importancia de nuestra identidad apunta también a la definición de un patrón personal de objeto de deseo y las características que este debe tener, que como veremos más adelante, también son influidos por la sociedad y por nuestra naturaleza como especie.

Ahora, siguiendo con las características peculiares de nuestra especie frente a la sexualidad y encaminándonos más hacia el desenvolvimiento social del erotismo debemos abordar de forma directa las conductas sociales ante la sexualidad.

La sociedad frente a la sexualidad

Por lo que he planteado acerca de nuestra sexualidad podemos ver que los seres humanos no tenemos una necesidad únicamente instintiva que nos predisponga a reproducirnos en determinados periodos, el instinto siempre está presente y el reproducirse o disfrutar del placer de la experiencia puede ser una decisión personal,²² ya que como plantea Paul Chauchard²³ nuestra capacidad pensante nos ha hecho aptos para separar el placer del que dotó la naturaleza a la sexualidad de su fin, que es la reproducción. Al tener la posibilidad de decidir superamos a la acción puramente instintiva. Si fuésemos una especie puramente instintiva bastaría que estuviésemos en un periodo apto para la reproducción y se nos presentase un miembro con las características necesarias para aceptarle reproductivamente, nuestra elección sería en beneficio de la especie, sin embargo, como seres pensantes la elección de una pareja sexual está determinada mayoritariamente por lo que queremos, lo que aprobamos, lo que consideramos bueno para nosotros, en pocas palabras lo que deseamos,²⁴ pero todo lo anterior se rige por lo que hemos aprendido socialmente. En el ser humano la sociedad define parámetros tan decisivos como las cualidades que debe tener una pareja adecuada por ejemplo, un estatus social similar no mayor al propio, o en qué circunstancias es correcto sostener una relación sexual, de qué manera es aceptable sostenerla o incluso cómo debería verse idealmente alguien para ser sexualmente deseable (Figura 2.6).

De acuerdo a todo lo anterior podemos ver que los aspectos sociales de la sexualidad generalmente se pueden englobar en el término restricción.²⁵ La sociedad está regida por normas que regulan las acciones para conservar un equilibrio, es ella quien define lo que es aceptable y lo que no es. John H. Gangnon²⁶ plantea que los comportamientos sociales están contenidos en guiones —que tienen como base las normas sociales— estos van desde los establecidos públicamente hasta los personales, de esta misma manera se instituyen las pautas que permiten o restringen comportamientos sexuales. El origen de estas regulaciones en la sexualidad no tiene diferencia con los demás aspectos de la vida del ser humano, por ejemplo, la protección contra los excesos que hay en nuestra sexualidad también existen a la hora de regular acciones,



Figura 2.6: Las sociedades definen de forma distinta algunos de los rasgos que hacen sexualmente atractivo a alguien.

22. Katchadourian, Herant, *Las bases de la sexualidad humana: Un estudio comparativo de su evolución*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, p14.

23. Chauchard, Paul, *Fuerza y sensatez del deseo: Análisis del eros*, Barcelona, Herder, 1974, p.115.

24. Azcárraga, Gustavo, *Sexología Básica: Guía para la educación*, México, DIF, 2001, p.71.

25. Vergara C., Fernando E., *Sexología y sociedad: Aspectos sociológicos de la sexualidad en Colombia*, Bucaramanga, Universidad Industrial de Santander, 1992, p.41.

26. Gagnon, John H., *op. cit.*, *passim*.

como el asesinato o la violencia, la exclusividad e importancia que tienen los aspectos sexuales de nuestra vida es la importancia que nuestra cultura y nosotros le damos y los significados que puedan tener nuestros actos, también son asignados por la sociedad. Así puede suceder que una costumbre que nuestra cultura considere ampliamente aceptable dentro del contexto de otra resulte inapropiada.²⁷

Los guiones de una sociedad son en gran medida el resultado de una parte de su historia,²⁸ ya que así como el pasado de un individuo marca su personalidad actual, en las culturas todo acontecimiento pasado tiene efectos en el presente. En muchas como la nuestra, la sexualidad se ha visto castigada por el desarrollo de los acontecimientos históricos, en México la conquista que vivieron nuestros antepasados resultó en una mezcla de dos sociedades muy distintas con una influencia mayoritaria de los conquistadores que trajeron consigo sus costumbres católicas que consideraban al coito fuera del matrimonio o para fines distintos de la reproducción como un pecado,²⁹ limitando a la sexualidad a un fin meramente reproductivo y condenado al goce sexual.³⁰

La sociedad mexicana está edificada sobre la familia que lamentablemente es disfuncional de tal manera que, en palabras de Santiago Ramírez,³¹ tiene una ausencia de padre y un exceso de madre. El mismo autor plantea que esta característica tiene que ver con las situaciones sociológicas vividas en nuestra antigüedad, por ejemplo, el ultraje que sufrieron muchas mujeres ante los españoles y muchos otros sucesos que dieron pie a una desvalorización de la mujer.³² También podemos hablar del nacimiento de una doble moral,³³ que generalmente es considerada como un beneficio al varón, ya que premia al hombre por demostrar su virilidad en distintas conquistas mientras deprecia a la mujer que “se entrega”. Si bien esta doble moral solapa las actitudes machistas, esto no significa que el varón se vea totalmente beneficiado en la cuestión sexual, si bien la mujer es relegada a la castidad, el hombre lo es con su sensibilidad, limitando la sexualidad de ambos a mera genitalidad, privándonos de una prosperidad sexual, pero sobre todo erótica.

Actualmente nuestro pasado sociohistórico es aún una carga que nos impide vivir la sexualidad de forma plena, que es también una barrera que hay que sortear para hablar de ella y para lograr una correcta educación sexual, lo que provoca que el tema sea siempre abordado con el morbo que producen los temas prohibidos y la desinformación. Lo peor sucede a la hora de vivirla, pues el aprendizaje generalmente se adquiere durante la práctica, “sobre la marcha”, así la experiencia debemos adquirirla por nuestros propios medios, y lejos de tener la guía de nuestros padres, la mayor parte de la gente tiene que vivirla a escondidas, informándose con alguien que tenga mayor experiencia dentro de sus círculos sociales, que a su vez fue poco informada en su momento, creando así un círculo vicioso (Figura 2.7).

Podemos ver entonces que nuestro aprendizaje también es responsabilidad de cada uno, sin embargo, siempre es más fácil seguir las reglas sociales que buscar soluciones. Así pues en la vida cotidiana de nuestra sociedad pocas personas logran un equilibrio sexual ideal, que debería incluir una amplia gama de sensaciones y la búsqueda del placer de ambas partes.³⁴ Por todos los problemas antes abordados podemos ver que el erotismo en nuestra sociedad no es cultivado, sino todo lo contrario, la manera de abordar la sexualidad en nuestra sociedad mexicana provoca que la mayor parte de las personas crea —mayoritariamente en el sexo masculino— que el acto sexual se

27. Vergara C., Fernando E., *op. cit.*, p. 35.

28. Flandrin, Jean-Louis, *La moral sexual en occidente: Evolución de las actitudes y comportamientos*, Barcelona, 1948, p10.

29. Flandrin, Jean-Louis, *op. cit.*, p.12.

30. Frey Herber, *La Malinche y el desorden amoroso Novohispano*, Glantz, Margo, La Malinche, sus padres y sus hijos, págs.173-177, México; Taurus, 2001.

31. Ramírez Castañeda, Santiago, *El mexicano, psicología de sus motivaciones*, México, Grijalbo, 2002, *passim*.

32. Glantz, Margo, *Las hijas de la Malinche*, en, Margo Glantz, La Malinche, sus padres y sus hijos, págs. 197 a 217, México, Taurus, 2001.

33. Este término es usado para denominar al hecho de que en nuestra sociedad es bien recibida e incluso aplaudida y ovacionada la promiscuidad en el varón, pero en el caso de la mujer este comportamiento es repudiado y en cambio es respetada según su castidad, en décadas pasadas (ya el siglo anterior) esta doble moral era una conducta muy marcada; aunque actualmente no sea tan evidente, esta actitud sigue vigente en todos los estratos de nuestra sociedad.

34. Lerer, María Luisa, *La ceremonia del encuentro*, Buenos Aires, Argentina, Paidós, 1993, p.99.



Figura 2.7: El aprendizaje sexual en las sociedades occidentalizadas se da de manera fortuita, experimentando al vivirla, durante reuniones en las que se comparte la información adquirida por nuestros iguales y por nuestros medios, sin la guía de nuestros padres.

limita a la genitalidad; esto es tan común y grave que en libros enfocados a temas de ayuda sexual frecuentemente encontramos que las principales causas de disfunciones psicosexuales durante el coito se producen por una pobre sensorialidad y un exceso de genitalidad.³⁵

La vista y La imagen erótica

Nuestros sentidos nos sirven para informarnos, ubicarnos, alertarnos, etc., a través de las sensaciones que ellos recaban del entorno recibimos la información necesaria para interactuar con el resto del mundo mediante estímulos que llegan a nuestro cerebro para ser interpretados en el sistema límbico (Figura 2.8), ubicado en la curva alrededor de la estructura que une las dos mitades del cerebro,³⁶ este emplea la información anteriormente adquirida para interpretar y saber de qué tipo y qué importancia tiene la que ha llegado. Ya que los cinco sentidos envían todo el tiempo los datos recabados, es tarea de este sistema hacer una clasificación según la importancia que los datos sensoriales tengan, ésta es hecha de manera prioritaria según la situación en la que nos encontremos y el interés psicológico que tengamos en ella, por ejemplo, si nos encontramos en el cine y la película nos parece atractiva las sensaciones más relevantes serán las enviadas por la vista y el oído, en cambio, si tenemos hambre podrían llamar más nuestra atención las palomitas, en cuyo caso los datos de su sabor, el olor, y el sonido que producen serán más importantes para nuestro cerebro que la película.

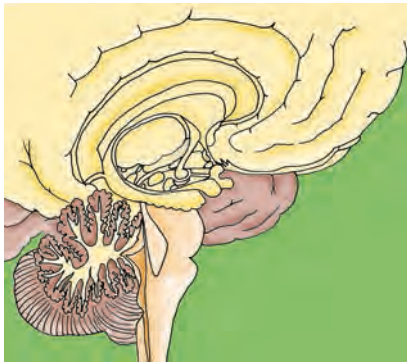


Figura 2.8: El sistema límbico, es el responsable de nuestra respuesta emocional ante un estímulo, como la percepción de una imagen.

Al hablar de imagen y su percepción el sentido estelar es la vista, a través de los ojos, nuestros órganos visuales, percibimos la luz, su intensidad, reflejo o la falta de ella, mediante células especializadas denominadas conos y bastones transformamos la luz en impulsos eléctricos que se traducen en imágenes cerebrales que llegan para ser interpretadas, en este proceso nuestros ojos son rastreadores de información³⁷ la cual sólo tendrá relevancia, como hemos visto, si nuestro interés psicológico lo permite y si nuestro nivel de alfabetidad visual logra interpretar lo que vemos.

Joan Costa³⁸ plantea que nuestra vista, el ojo, funciona como un receptor pasivo de sensaciones que nuestro sentido visual³⁹ transforma en una “*síntesis significativa*”, es decir, como mencionaba en el capítulo anterior, nuestro sentido de la vista al procesar la información asigna significados (e importancia) a lo que vemos, esto lo hace según las experiencias previas que hayamos tenido, ya que nuestro sentido visual es resultado, como la mayor parte de nuestras habilidades, de un aprendizaje⁴⁰ que nos permite, por ejemplo, detectar la diferencia entre una puerta real o una pintada en la pared (Figura 2.9) o distinguir entre un gato y un perro, de la misma forma este aprendizaje visual nos hará reaccionar de una manera u otra, por ejemplo, si alguna vez un perro nos atacó seriamente, al ver uno nuestro aprendizaje previo nos hará temerle, esto sucede gracias a que nuestro sistema límbico también es el contenedor de los ejes que controlan nuestras experiencias emocionales y sexuales.⁴¹ Así cualquier imagen que llegue para ser interpretada estará sujeta a la acción de una serie de filtros personales que asignarán un significado total, incluyendo sensaciones relativas a emociones (tal como se muestra en la Figura 1.20 del capítulo anterior).



Figura 2.9: Esta imagen es una ilusión óptica creada a partir de la perspectiva lo que la hace parecer real, el aprendizaje visual nos hace distinguir entre este tipo de imagen y las reales.

Al tratarse de imágenes eróticas el significado que asignemos será acorde a la percepción de la sexualidad y al erotismo que hayamos aprendido durante nuestro desarrollo; Anselmo García Curado⁴² plantea que el calificar de erótico o no un estímulo (en este caso una imagen) es subjetivo y depende también de factores ambientales

35. Lerer, María Luisa, *idem*.

36. Gotwald, William H., *Sexualidad: La experiencia Humana*, México, Manual Moderno, 1983, p.289.

37. Costa, Joan, *La esquemática: visualizar la información*, Barcelona, Paidós, 1998, p. 57.

38. Costa, Joan, *op. cit.* p.58-59

39. Entendido como todo lo que implica el ver, estímulo, procesamiento de información y respuesta, el paso de una imagen cerebral a la decodificación de la misma que implica la asignación de un significado personal.

40. Hoffman, Donald D., *Inteligencia Visual: Cómo creamos lo que vemos*, Barcelona, Mexico, Paidós, 2000, *passim*.

41. Gotwald, William H., *idem*.

42. García Curado, Anselmo J., *El nuevo libro de la vida sexual: Para jóvenes, padres y educadores*, España; Asesores Culturales y Artísticos, Libreros Internacionales, 2004, p. 57.

aprendidos mediante la convivencia social, de igual forma el significado, e incluso en muchas ocasiones el fin, con que han sido creadas estas imágenes, a nivel social, corresponde a la forma en que la cultura que las ha elaborado maneja el tema sexual y erótico. Históricamente estas imágenes reflejan el tipo de interés que la porción humana perteneciente a cada pueblo tiene, siendo también el reflejo de sus pasiones y temores, englobando su percepción particular del tema, así pues, tal como sucede a lo largo de la historia de la humanidad y en la evolución que las sociedades han tenido, la imagen erótica ha avanzado según los intereses e ideologías de cada cultura, de ello ha surgido una gran variedad de formas de ver esta faceta humana, que han ido desde la búsqueda de su total conocimiento y perfección hasta el ocultismo más absurdo. En la actualidad las representaciones gráficas del erotismo cumplen una gran variedad de funciones, muchas de ellas relacionadas al principal objetivo de las sociedades mundiales: el capital.

La ilustración gráfica de contenido erótico

Ilustración erótica es el nombre que comúnmente recibe el tipo⁴³ de ilustración gráfica que abarca a las que tienen un contenido erótico, estas ilustraciones, como pudimos observar en los ejemplos de clasificación del capítulo anterior, tienen objetivos, características y usos muy variados, que comparten sólo el hecho de emplear a la imagen erótica como un medio para conseguir un fin, es decir, convierten al erotismo en una herramienta para hacer llegar un mensaje.

Existen muchas variantes de ilustración gráfica de contenido erótico que van desde la sutil sensualidad hasta la más explícita pornografía, creadas con otra gran variedad de fines, para conocerlas bastaría asomarse a unos cuantos libros de “arte erótico”, lo interesante para un ilustrador gráfico, especialmente si va a trabajar en una ilustración de este tipo, es comprender como realizarla.

Las imágenes hechas con una intención erótica crean su efecto a partir de la asignación de un correcto significado por parte del perceptor,⁴⁴ ya que una imagen será considerada erótica sólo si el individuo que la observa la concibe de ese modo,⁴⁵ esto último de acuerdo a su aprendizaje previo, pues nuestras respuestas ante los estímulos como seres humanos están más relacionadas con nuestro aprendizaje que con nuestros instintos,⁴⁶ así pues una imagen erótica está sujeta también al ideal erótico de cada cultura y para su elaboración es importante entender los orígenes y los alcances de ésta, esto lo abordaré directamente dirigido a la figura femenina pues como planteé en la introducción, mediante ella buscaré fomentar una percepción positiva del erotismo para la parte práctica de este trabajo.

La representación gráfica femenina erótica

Si es responsabilidad de un proceso cognitivo que una imagen nos parezca erótica o no, entonces, ¿qué es lo que nosotros, como comunicadores visuales, podemos hacer para que una imagen sea considerada erótica? Como ilustradores gráficos la manipulación de la imagen debe ser nuestra especialidad, dependiendo de cada tema que abordemos deberá ser el repertorio de herramientas visuales que empleemos; como había mencionado en el capítulo anterior, nuestro trabajo con la imagen es equivalente al que un escritor hace con las palabras, debemos seleccionar cada elemento para crear un contexto, en este caso, con el fin de ubicar a nuestro perceptor en uno que según su aprendizaje cultural sea propicio para tener una respuesta que apele a su erotismo.

43. De tipología que hace referencia al tema que esta aborda.

44. Gagnon John H., *op. cit.*, p. 171 y 172.

45. García Curado, Anselmo, *idem.*

46. Hoffman, Donald D., *idem.*

Enrique Gil Calvo⁴⁷ plantea que la imagen femenina es en sí, por nuestra manera de concebirla culturalmente, una entidad comunicadora y lo que comunica depende del contexto desde el cual se le percibe, desde el punto de vista sexual y por tanto erótico; la percepción de ésta es calificada a través del placer visual que puede proporcionar, este placer se mide a través de los pensamientos que es capaz de propiciar, por tanto, una imagen femenina erótica, como lo plantea Gil Calvo, debe ser creada “buena para pensar” (Figura 2.10), para ello debemos valernos de las acepciones (designaciones) culturales que recaen sobre ella.



Una imagen humana al ser representada se convierte en motivo de creación, para que esta sea considerada como erótica debemos colocar en ella los valores, cánones o pautas que la sociedad o grupo de individuos a los que va dirigido el mensaje (público meta) considere eróticos, en la actual cultura global existen tres aspectos concurrentes en la presentación de imágenes que se consideran eróticas: la belleza física, un determinado lenguaje corporal y un límite en las partes del cuerpo que se dejan mostrar y la forma en que se hace.

a) La belleza física

Este aspecto humano universalmente se ha relacionado a la digna representación femenina y también guarda una estrecha relación con el erotismo, ya que el origen de lo que en la actualidad se considera belleza física está en nuestros instintos reproductivos⁴⁸ los cuales identificaban ciertos rasgos en una posible pareja como positivos para la reproducción, ya que tal como sucede con cualquier especie la nuestra buscaba la preservación de la misma en este tipo de señales que hoy día se ven reflejadas en determinadas características que culturalmente son sinónimos de belleza, por ejemplo, unos glúteos redondeados y firmes son considerados bellos y a su vez son un signo de juventud, lo que antaño los convertía en una señal positiva para la reproducción y hoy se considera necesario para poseer un cuerpo bello.

Dado que la mayor parte de estos rasgos han sido manipulados de mil y una formas durante las distintas épocas, y de maneras distintas en cada cultura, me parece más apropiado abordarlos de forma independiente como plantea Desmond Morris,⁴⁹ en lo que él denomina una “belleza biológica” constituida por las señales genéricas básicas, rasgos de juventud, salud y la predominancia de los rasgos simétricos.

Las primeras, compuestas por las señales que distinguen a cada sexo, incluyen rasgos de conformación anatómica, como distintas proporciones óseas, musculares, distribuciones adiposas y diferencias estructurales más evidentes⁵⁰ (Figura 2.11), que hacen, en el caso femenino, poseer mamas y pezones de mayor tamaño que los masculinos, una figura llena de curvas, cintura menos amplia que la cadera y la espalda y genitales internos, a la vista más pequeños que los masculinos.⁵¹

Las señales de juventud y rasgos simétricos son elementos que también podemos incluir como indicios positivos de salud, ya que la juventud descrita como “la edad media entre la niñez y la edad madura”⁵² representa la edad más saludable y apta para cualquier actividad relacionada a la supervivencia, y por tanto sus signos como elasticidad y agilidad físicas, una piel suave y sin arrugas, la ausencia de canas, una musculatura tonificada, glúteos y senos firmes, la conservación de una proporción mayor en cadera que en cintura, son síntomas de salud que indudablemente también serán rasgos que harán más atractiva a una persona sobre otra que no los posea en la misma medida (Figura 2.12). Además, existen características adicionales representativas de la salud, como una postura adecuada, un color parejo en la piel o hermosa cabellera

47. Gil Calvo, Enrique, *Medias miradas: un análisis de la cultura de la imagen femenina*, Barcelona, Anagrama, 2000, *passim*.

48. Morris, Desmond, *Masculino/ femenino: Claves de la sexualidad*, Barcelona, Plaza y James, 2000, p. 56.

49. Morris, Desmond, *idem*.

50. Lugo González, Alfredo, *Diferencias entre el hombre y la mujer*, <<http://www.sapiens.com>>.

51. <<http://www.clikasalud.com/padres/sexualidad/biologia5.asp>>.

52. García-Pelayo, Ramón. Larousse, Dicionario Usual, Séptima edición, México 1994, p 353.

Figura 2.10: Pin up, Ilustraciones de Gil Elvgren.

Diferencias en la fisonomía masculina y femenina
(Rasgos sexuales)

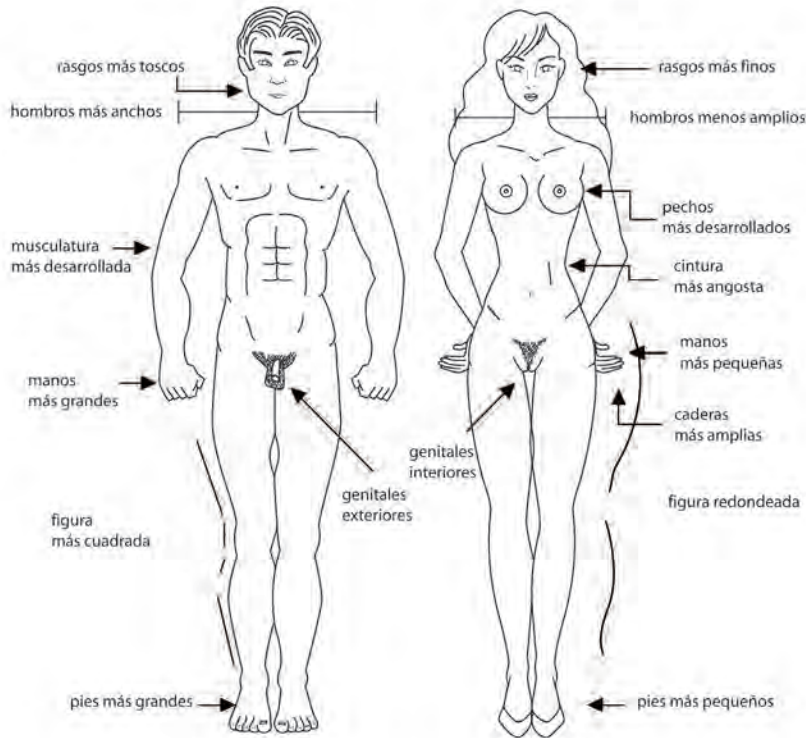


Figura 2.12: Señales genéricas básicas.

que “son certificados visuales de buena salud”,⁵³ entre ellos se incluye la proporción visual que buscamos en los rasgos simétricos, tanto en rostro como en cuerpo, estos son considerados garantía de una calidad genética mayor que los asimétricos, ya que bajo condiciones ideales el crecimiento de órganos y miembros pares deben ser idénticos pero si se presenta alguna infección, enfermedad o trastorno, el desarrollo armónico del organismo puede romperse a causa de una pobre resistencia, dando como resultado asimetrías⁵⁴ (Figura 2.13).

b) Lenguaje corporal

La belleza es un gran incentivo visual para considerar a una imagen como erótica, sin embargo, poner a la vista a una imagen femenina bella, por el hecho de serlo, no necesariamente producirá un efecto erótico, Enrique Salgado⁵⁵ plantea que esto depende más de una actitud que del cuerpo que se muestra o de la belleza física, por ejemplo, basta un rostro con una expresión adecuada para despertar emociones eróticas (Figura 2.14). Mediante nuestro cuerpo sucede más de 70% de nuestra comunicación, con nuestra postura, expresiones faciales, la posición de nuestros brazos, hombros, piernas, manos, pies, en fin todo nuestro cuerpo, exteriorizamos emociones, sentimientos, sensaciones, intenciones y las ideas que experimentamos. En la imagen erótica este lenguaje sumado a otro tipo de manifestaciones no verbales, como la vestimenta o el entorno, se unen para lograr un ambiente propicio para que se perciba de este modo.

El ser humano que representamos debe poseer un lenguaje corporal acorde con la emoción que decidamos mostrar, en la figura femenina existen determinados sentimientos que favorecen la sensación erótica, tales como la inocencia, el desamparo, el atrevimiento y un largo etcétera que pueden ser expresados mediante la suma de un lenguaje corporal, vestimenta y entorno adecuados logrando perfectamente el objetivo erótico (tomemos como ejemplo las pin up de la Figura 2.10).



Figura 2.13: Las señales de juventud son una característica que hace atractiva a una persona sobre otra, pues significan mejores posibilidades de supervivencia y fertilidad.



Figura 2.14: Entre más simétrico sea el rostro es considerado más bello, en el izquierdo los rasgos proporcionados crean una armonía que es considerablemente menor en el derecho que ha sido intencionalmente modificado generando asimetría.



Figura 2.14: La belleza por sí misma no alcanza para representar al erotismo, el ingrediente principal de la representación erótica es la actitud, en el caso de un rostro la expresión.

53. <http://www.clinicaarquero.com/02_bellezasignosalud.htm>.

54. Roxana Rodríguez, *Los secretos del cuerpo*, Somos Jóvenes Digital: La Revista de los Jóvenes Cubanos, Casa Editora Abril, Semana 79 2007, <www.somosjovenes.cu>.

55. Salgado, Enrique, *Erotismo y sociedad de consumo*, Barcelona, Ediciones 19, 1971, p.94.

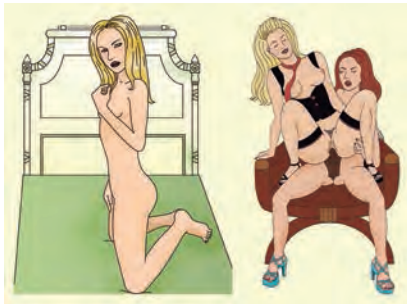


Figura 2.15: La delgada línea que diferencia a la imagen erótica de la pornográfica está firmemente asentada en la base de que la segunda contiene la representación del acto sexual de forma explícita.

c) Las partes del cuerpo que se dejan mostrar y la forma en que se permite hacerlo.

Los límites entre lo que socialmente se considera sensual, erótico o pornográfico, nunca han estado establecidos de manera tajante, en la diferenciación existente entre la primera y segunda no existe un problema de aprobación social tan grave como lo existe entre las dos últimas, ya que en muchas ocasiones la pornografía es considerada como algo perverso, depravado y un atentado a las buenas costumbres de la mayor parte de las sociedades. En la actualidad la mejor manera de diferenciar lo que se considera pornográfico de lo erótico es lo que se muestra y el modo en que se hace. La pornografía está marcada desde su significado como la muestra gráfica del acto sexual denominado copula, pero socialmente cualquier tipo de penetración o acto explícitamente sexual como la masturbación o el sexo oral, son mayoritariamente adjetivados como pornográficos (Figura 2.15), a diferencia de la exposición genital que sólo es considerada por la gran mayoría de mal gusto o reprochable, y pornográfica únicamente por las personas más conservadoras. Este tipo de designaciones respecto a los genitales efectivamente limitan su exposición en una imagen que se pretende sea erótica, pues es altamente subjetiva la forma en que se ubica en una u otra categoría.

Para la representación gráfica femenina considerada como erótica, en nuestra cultura actual, existen reglas no escritas que se siguen para conservar este estatus. Tomando como referencia a publicaciones clasificadas como de corte erótico he concluido que: Es permitido mostrar lo más posible sin mostrar los genitales o el ano y por lo mismo es poco aceptado mostrar el pubis en su totalidad, es aceptado mostrar los pechos incluyendo los pezones mientras estos no sean el centro de atención, es decir se pueden mostrar de forma “discreta” fuera de foco o en un segundo plano, los glúteos también pueden mostrarse en su totalidad y el resto del cuerpo no tiene restricción. Esta situación da pie a un juego que en nuestro erotismo marginado es bastante apreciado “el dejar algo para la imaginación” es decir favorece que la imagen sea buena para pensar: “te muestro algo y tú imagina el resto”.

En la actualidad la imagen femenina considerada como erótica tiene reglas no escritas que se siguen para conservar este estatus y no pasar al lado pornográfico, en lo erótico es permitido mostrar lo más posible sin mostrar los genitales y por lo mismo es poco aceptado mostrar el pubis en su totalidad, es permitido mostrar los pechos incluyendo los pezones mientras estos no sean el centro de atención, es decir, se pueden mostrar de forma “discreta”, los glúteos también pueden mostrarse en su totalidad y el resto del cuerpo no tiene gran restricción.

Como pudimos ver a lo largo de esta sección es posible manipular ciertos elementos en la imagen femenina para hacerla concordar con lo que en la actualidad se considera erótico y lograr que el observador la perciba de este modo, ahora bien nos resta observar como una tercia de autores ampliamente reconocidos por su trabajo con este tipo de ilustraciones gráficas emplean estos elementos. También considero necesario mostrar su trabajo con la finalidad de exponer de forma más visual lo que este tipo de ilustración gráfica implica.

Algunos ilustradores del género erótico

Hajime Sorayama

Posiblemente uno de los ilustradores eróticos más importante e influyente del siglo XX, de nacionalidad japonesa, destaca por su realización de ilustraciones gráficas de robots femeninos con una gran carga erótica, que raya en lo pornográfico, envuelta en fantasía y fetichismo, con imágenes sumamente detalladas de trazo muy fino, en acrílico aerografiado.

“Mujeres de medidas imposibles imbuidas en los más distintos ambientes, robots de voluptuosas caderas, futurismo fantástico y sexual... Hajime Sorayama inventa un mundo propio a través del aerógrafo y roza la perfección salvo por un motivo: no es real.”⁵⁶

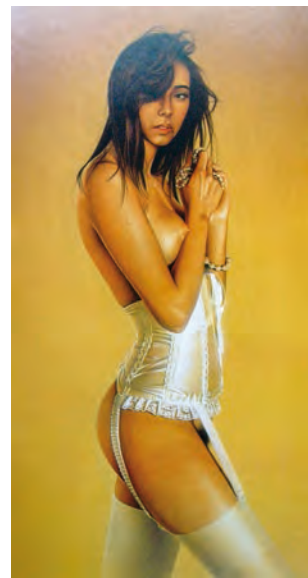


Figura 2.16. Ilustraciones de Hajime Sorayama de su libro: Hajime sorayama, Koln: Benedikt Taschen, 1993.

Boris Vallejo

Otro de los grandes ilustradores, más reconocido por su trabajo fantástico que sin embargo suele contener una gran carga erótica, su estilo también cuenta con un realismo y una técnica magníficas que en general es realizado para portadas de obras de ciencia ficción, cómic americano y pósters de películas.

“Los dibujos de Vallejo muestran típicamente a dioses, monstruos y/o musculosos bárbaros (hombres o mujeres) en plena batalla. Muchas de las figuras masculinas se basan en el propio Vallejo, mientras que muchas de las femeninas se basan en su esposa. Sus últimas historias se inclinan más hacia el lado erótico, aunque siguen conservando los temas de fantasía.”⁵⁷



Figura 2.17. Ilustraciones de Boris Vallejo de su libro: The fabulous women of Boris Vallejo and Julie Bell, New York, Collins design: Harper Collins, 2006

56 <<http://funversion.universia.es/tendencias/reportajes/sorayama.jsp>>.

57 <www.wikipedia.org>.

Luis Royo

Destacado ilustrador gráfico español, que al igual que Vallejo, es reconocido por sus ilustraciones eróticas con tintes fantástico-épicas, cuenta con una gran gama de libros de sus ilustraciones de contenido que va de lo erótico a lo pornográfico, con escenas de copulas fantástica entre hermosas mujeres y espectros, monstruos y semihombres.

“Diversidad, con esa palabra se puede definir el trabajo de este magnifico ilustrador, en activo durante más de 25 años, la fantasía, el western, la ciencia-ficción, el terror... todos estos géneros tan distintos entre sí coexisten en una demostración de versatilidad y dominio de las más variadas materias. Sólo una cosa se mantiene constante en el trabajo de Royo, la figura del cuerpo de la mujer”.⁵⁸



Figura 2.18: Ilustraciones de Luis Royo de su libro *Women*, Barcelona, Norma, 2003

58 <http://www.galeon.com/paginabi/royo/dibujos.html>

Tres| Planeación del proyecto

“La esencia de una ilustración radica en el pensamiento –las ideas y los conceptos que forman la columna vertebral de lo que una imagen intenta comunicar– la función del ilustrador consiste en dar vida y forma visual a un texto o mensaje [...].”

Lawrence Zeegen

Durante este capítulo plantearé la forma en que se concibe un proyecto de ilustración gráfica a través del uso de la metodología proyectual de Bruno Munari¹ y mi propia experiencia como ilustradora, por medio del proyecto que será la aplicación gráfica de este trabajo de tesis.

Metodología

En muchas disciplinas, para la resolución de problemas se emplea el concepto denominado metodología, ésta no es otra cosa que una serie de pasos encaminados a la solución de problemas de forma organizada, lo que garantiza una resolución rápida y efectiva. En distintos ramos del diseño es muy popular la metodología proyectual debido a su flexibilidad y eficacia, Bruno Munari² plantea una de las formas más prácticas y concisas de resolver un problema a través de ella mediante seis pasos básicos:

- Enunciación del problema.
- Identificación de los aspectos y de las funciones.
- Límites.
- Disponibilidades tecnológicas.
- Creatividad.
- Modelos.

Ya que como, el mismo autor plantea, el método proyectual es un proceso moldeable,³ estos pasos se adaptan para mejorar el proceso de creación según las necesidades de cada proyecto, de tal manera que cumplen una función de guía para no empezar de cero a resolver problemas. Así pues, mediante la adaptación de las propuestas que Munari hace en sus libros *Diseño y comunicación visual*⁴ y *¿Cómo nacen los objetos?*⁵ (Figuras 3.1 y 3.2) abordaré para este proyecto cada paso como lo indico en la figura 3.3.



Figura 3.1. Esquema de metodología proyectual presentado por Bruno Munari en su libro *¿Cómo nacen los objetos?*



Figura 3.2. Esquema de metodología proyectual presentado por Bruno Munari en su libro *Diseño y comunicación visual*.

1. Que plantea en sus libros *¿Cómo nacen los objetos?* y *Diseño y comunicación visual*.
2. Munari, Bruno, *Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica*, Barcelona, Gustavo Gili, 1990, p. 356.
3. Munari, Bruno *¿Cómo nacen los objetos?*, México, Gustavo Gili, 1993, págs. 18 y 19.
4. Munari, Bruno, *op. cit.*
5. Munari, Bruno *op. cit.*

Esquema Metodológico del proyecto

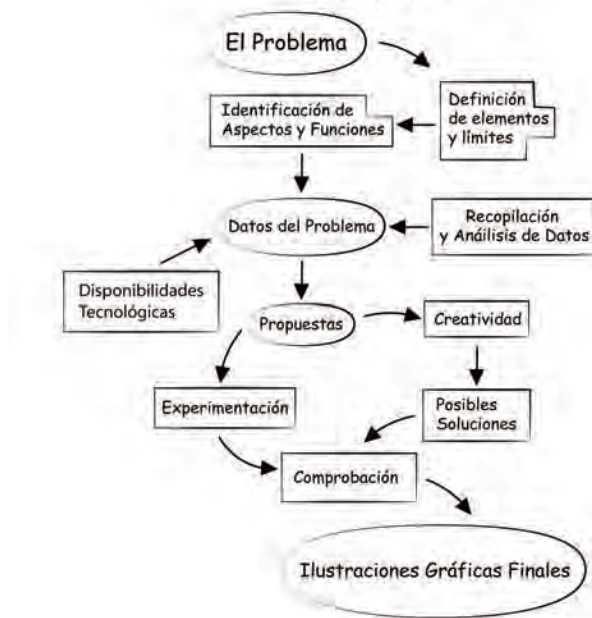


Figura 3.3. Esquema de metodología proyectual obtenido de los dos anteriores.

EL PROYECTO: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Como ilustradores muchas veces, al inicio de nuestra carrera, nos encontramos con la desconfianza en nuestras habilidades por parte de los posibles clientes o empleadores debido a nuestra falta de experiencia profesional. Esta falta de credibilidad puede ser combatida con la adquisición de experiencia a través de proyectos independientes, tal como plantea Bruno Munari: un proyecto puede encontrarse en cualquier lugar.

En busca de dicha experiencia y para generar una carpeta completa, veraz y convincente –necesaria para ser considerada como una opción viable al momento de presentarme ante un posible cliente– decidí que una forma efectiva de llevarlo a cabo era realizar un proyecto propio, que además de proporcionarme mayor experiencia, generara un ingreso económico. Lo anterior podía lograrlo, como lo han hecho muchos en nuestra profesión, mediante la creación de diseños para imprimir sobre playeras, a través de la serigrafía, dado que este método de impresión implica una inversión pequeña.

La propuesta gráfica consiste en plasmar ilustración gráfica de contenido erótico, que mediante la imagen femenina erotizada fomente una percepción positiva del erotismo en la vida cotidiana de la sociedad mexicana, transmitiendo además la importancia que tiene el erotismo dentro de nuestra sexualidad.

Elementos, límites, aspectos y funciones del problema

Antes de comenzar una ilustración gráfica debemos tener en mente que ésta es el resultado de un proceso que se desarrolla de acuerdo a las particularidades de cada proyecto. Entonces, antes de tomar un lápiz y comenzar a bocetar o trabajar, debemos *contextualizarnos* con el proyecto y definir sus particularidades. Esto se puede lograr racionalizando las partes que lo conforman, haciendo posible la identificación de la información que se requiere conocer para llevarlo a cabo, lo que en la metodología proyectual equivale a una subdivisión del problema, esto nos ayudará a comprender los aspectos, las funciones y los datos del problema, para ello es útil emplear cuestio-

narios como el que ya he planteado para la clasificación⁶ y preguntarnos:

1. ¿Qué función cumplirá la imagen?
2. ¿Qué características requiere?
3. ¿A qué tipología pertenece?
4. ¿En qué soporte se presentará?
5. ¿A qué público irá dirigida?
6. ¿En qué técnica se hará?

Veamos esto con el proyecto:

1. ¿Qué función cumplirá la imagen?

Sobre el soporte la imagen cumplirá una función **decorativa**, lo que no implica que deje de comunicar un mensaje, al contrario, además de comunicar un mensaje la ilustración deberá ser atractiva para los posibles compradores. Dado que en este proyecto en particular esta característica será decisiva para la comercialización de la playera como producto, nos da pauta para que dentro de la investigación del tema incluyamos una encuesta exploratoria, lo que nos ayudará a conocer las preferencias de los posibles compradores y nos servirá como comprobación de las propuestas.

Por el lado de la función comunicativa, es importante entender los aspectos que nos interesan del tema. Nuestro tema general es el erotismo, éste abarca cuestiones biológicas, fisiológicas, psicológicas y sociales; dado que el objetivo del mensaje es fomentar la convivencia de nuestra sociedad con el erotismo, debemos echar un vistazo más amplio a las cuestiones *psicológicas y sociales*, datos que ya he planteado en el capítulo anterior pero que serán aterrizados al momento de la creación de las imágenes.

2. ¿Qué características requiere?

Como he planteado, las imágenes serán el elemento decorativo en playeras comercializables, así que lo más recomendable es crearlas como independientes de textos o que guarden una correlación con algún texto breve, pero por el tipo de soporte no sería recomendable que fuesen dependientes, ya que el tiempo de lectura sería reducido. Entonces serán **independientes o semidependiente del texto**.

3. ¿A qué tipología pertenece?

En este proyecto la tipología está estipulada desde la planeación, acorde con los objetivos de este trabajo de investigación como una tipología **erótica**, sin embargo, en cualquier proyecto que se realice siempre es necesario, antes de empezar a resolverlo, definir a qué tipología pertenece la ilustración gráfica que realizaremos, ya que eso nos ayudará a determinar parte de las características de su comunicación específica, tales como el público al que irá dirigida y a definir características más específicas del lenguaje visual o los elementos que podemos emplear para lograr determinadas emociones por parte del receptor, por poner algunos ejemplos.

4. ¿En qué soporte se presentará?

Se presentará en un soporte **textil** (ropa), más específicamente en playeras. Aquí creo pertinente retomar la subdivisión que ya he planteado de la función decorativa y la comunicacional, ya que para ambas el soporte es decisivo para definir, por ejemplo, características de composición general y propiedades comunicativas acordes a éste, tema que abordaré más adelante, en la sección “La playera como soporte”, al final de este capítulo.

6. Sistema utilizado por el Lic. Guillermo Rivera Gutiérrez Catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México, que imparte las materias de Teoría de la Ilustración y Dibujo, en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, para más datos ver capítulo 1 en la sección de Clasificación de la ilustración gráfica.

5. ¿A qué público irá dirigida?

Para definir de forma más específica y eficaz las características que debe tener un target (mercado meta o en nuestro caso público) en Marketing (mercadotecnia) se emplea la segmentación de mercados, ésta consiste en la división de un mercado (conformado por todos los posibles consumidores⁷) grande y heterogéneo, en *segmentos* más pequeños⁸ (y homogéneos) con características similares haciendo más sencillo cubrir sus necesidades y deseos con un producto más sólido.

La segmentación de mercado se hace mediante variables, stas se clasifican en cuatro grupos: **geográficas** (la división se hace con base en características referentes a la ubicación de los individuos), **demográficas** (se divide basándose en variables relativas a características de la población), **psicográficas** (en ésta se examinan atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de las personas) y **conductuales** (emplea variables referentes al comportamiento relacionado con el producto). Dentro de cada grupo se incluyen las variables que afectan a cada uno (Tabla de segmentacion de mercados).

Principales variables de segmentación de mercados de consumo

<p>Geográficas</p> <p>(La división se hace con base en características referentes a la ubicación de los individuos)</p>	<p>Región del mundo</p> <p>Región del país</p> <p>Tamaño de la ciudad</p> <p>Densidad de la población</p> <p>Clima</p>	<p>Europa, América del norte, Sur América, Brasil, México, etcétera.</p> <p>En México: Norte del país, Centro del país, etcétera.</p> <p>Menos de 5,000; 5,000 a 20,000, 20,000 a 50,000, etcétera.</p> <p>Urbana, sub-urbana, rural</p> <p>Caluroso, frío , seco, lluvioso, etcétera.</p>
<p>Demográficas</p> <p>(La división se hace con base en variables relativas a características de la población)</p>	<p>Edad</p> <p>Género</p> <p>Tamaño de la familia</p> <p>Ciclo de vida familiar</p> <p>Clase social</p> <p>Ocupación</p> <p>Escolaridad</p> <p>Religión</p> <p>Origen étnico (raza)</p> <p>Nacionalidad</p>	<p>6-11,12-19, 20-34,35-49,50-64, 65- +.</p> <p>Masculino - Femenino</p> <p>1-2, 3-4,5 o más.</p> <p>Joven, soltero, joven casado, sin hijos, con hijos, etc.</p> <p>Alta, Media, Baja.</p> <p>Profesionista, oficinista, hogar, etcétera.</p> <p>Primaria, Secundaria, etcétera.</p> <p>Católico, cristiano, judío, etcétera.</p> <p>Africano, asiático, hispánico, indígena etcétera.</p> <p>Norteamericano, británico, francés, chino, mexicano, italiano, japonés, etcétera.</p>
<p>Psicográficas</p> <p>(En esta se examinan atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de las personas)</p>	<p>Personalidad</p> <p>Estilo de vida</p> <p>Valores</p>	<p>Ambicioso, seguro de sí mismo, independientes, extrovertidos o introvertidos, alegres etcétera.</p> <p>Actividades, opiniones e intereses.</p> <p>Nacionalista, conservador o abierto al cambio etcétera.</p>
<p>Conductuales</p> <p>(Emplea variables referentes al comportamiento relacionado con el producto)</p>	<p>Ocasiones</p> <p>Beneficios</p> <p>Estatus de usuario</p> <p>Frecuencia de uso</p> <p>Estatus de lealtad</p> <p>Etapas de preparación</p> <p>Actitud hacia el producto</p>	<p>Habitual, especial, etcétera.</p> <p>Calidad, servicio, ahorro, conveniencia, etcétera.</p> <p>No usuario, ex-usuario, usuario potencial, usuario primerizo, usuario habitual, etcétera.</p> <p>Usuario ocasional, usuario medio, usuario intensivo.</p> <p>Ninguna, media, fuerte, absoluta.</p> <p>Inconsciente, consciente, informado, interesado, deseoso, con intención de comprar.</p> <p>Entusiasta, positiva, indiferente, negativa, hostil.</p>

7. Citado por la Profesora Mercedes Pérez Ortiz, catedrática de la Universidad Tecnológica de México (UNITEC), que imparte la materia de Mercadotecnia y Diseño I, en el plantel Iztapalapa de dicha universidad.

8. Kotler Philip, *Fundamentos de Marketing*, México, Pearson Educación, 2003, pág. 236.

Dado que no existe una regla en cuanto al número de variables utilizadas al definir un segmento, las variables se emplean de acuerdo a las necesidades de información que se requiera recabar, entonces, para la identificación de nuestro target emplearé variables demográficas de la siguiente manera:

Edad: De 16 a 49 años.	Clase social: Media, media alta, alta baja.
Género: Indistinto	Ocupación: Indistinta
Ciclo de vida familiar: Joven, soltero o casado, con o sin hijos.	Escolaridad: Con educación media superior (preparatoria, bachillerato, etc.) o superior (universidad).

El público al que irán dirigidas las ilustraciones es: a jóvenes y adultos jóvenes de entre 16 y 49 años, de cualquier género, casados o solteros, con o sin hijos, de clase social media a alta-baja, con educación media superior (preparatoria, bachillerato, etc.) o superior (universidad).

6. ¿En qué técnica se hará?

Dado que la técnica en la que se deberán realizar las ilustraciones gráficas no está estipulada en las características del proyecto, tenemos la libertad de elegirla pero ello siempre se hará de acuerdo a las características del soporte final de la imagen y tomando en cuenta la técnica con la cual se imprimirá. Sabemos que la técnica de impresión para estampado sobre la playera será la serigrafía.

En esta técnica de impresión se trabaja la plasta, predominando ésta sobre el degradado, ya que el menor número de tintas asegura un bajo costo de producción, dado que imprimiré a una sola tinta requiero elaborar imágenes a línea, y dado que hay que emplear positivos, prefiero trabajar una técnica digital y crear la línea a partir de vectores para asegurar la calidad de las imágenes impresas.

En conclusión, nuestro cuestionario se respondería de la siguiente manera:

¿Qué función cumplirá la imagen? Decorativa	¿A qué público irá dirigida? Irá dirigido a jóvenes y adultos jóvenes entre 16 y 49 años, de cualquier género, casados o solteros sin hijos, de clase social media a alta-baja, con educación media superior (preparatoria, bachillerato, etc.) o superior (universidad).
¿Qué características requiere? Independiente y semidependiente del texto	
¿A qué tipología pertenece? Erótica	
¿En qué soporte se presentará? Textil, playera	¿En qué técnica se hará? Técnica digital con vectores

Las preguntas anteriores nos sirvieron para delimitar el problema y definir los subproblemas de éste, las respuestas al cuestionario también nos servirán como guía para realizar la *recopilación de datos*, empezando así con una profundización de conocimientos necesaria para encontrar la solución más acertada de acuerdo a las características del proyecto.

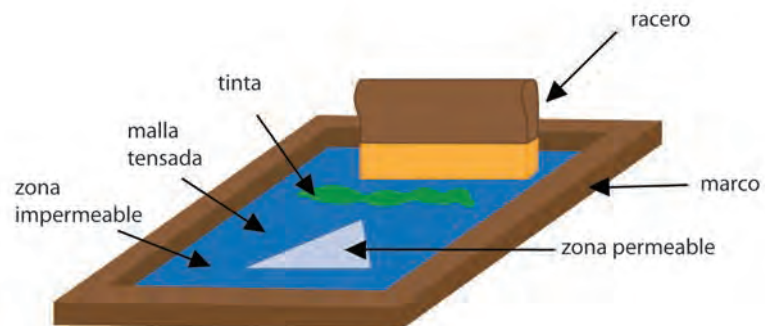
Puesto que en el capítulo anterior ya he abordado la investigación correspondiente al tema erótico en este capítulo abordaré la información derivada de las particularidades que dependen del soporte, como las cualidades y limitantes de la técnica de impresión, las características del soporte en cuanto a forma y las particularidades que de éste hay que tener en cuenta para establecer una comunicación, veamos entonces.

La SERIGRAFÍA

La serigrafía es un sistema de impresión derivado del estarcido, que consiste en el estampado de imágenes, dibujos, elementos ornamentales, letras, signos, etcétera, que delineados previamente son recortados de un material y al ser colocado sobre una superficie receptora (el soporte) funciona como una mascarilla que permite pasar los pigmentos únicamente a través de las partes vaciadas o en hueco.⁹

Actualmente, a pesar de ser una técnica antigua, sigue teniendo un gran auge por su bajo costo, la facilidad de su ejecución, la alta calidad y la durabilidad de sus resultados pero sobre todo porque es una técnica de impresión muy flexible que puede ser aplicada en casi todo tipo de soportes, cualquiera que sea su forma, estructura y tipo de superficie.¹⁰

El proceso que se emplea en la serigrafía *actual* es realizado a través de una malla tensada en un marco que es preparada mediante un proceso fotomecánico o de fotograbado, en el cual se aplica una emulsión fotosensible sobre la malla que se expone a la luz en contacto con un positivo (este es una película transparente con una imagen opaca a la luz¹¹) de la imagen por imprimir para endurecer o bloquear los segmentos que no forman parte de la imagen, creando zonas permeables e impermeables¹² (ver la imagen y su transferencia, Figura 3.13) que permitirán o impedirán el paso de la tinta para transmitir la imagen al imprimir, por último la tinta se esparce sobre la malla con la ayuda de un rascero (conformado por un hule con mango empleado para jalar la tinta uniformemente) dejando así la imagen impresa sobre el soporte.



Los materiales empleados para este procedimiento, dada la gran flexibilidad de la técnica, pueden ser diferenciados de acuerdo al tipo de soporte en que serán aplicados, según esta clasificación pueden dividirse en tres grandes rubros: el gráfico, el textil y el industrial; el primero abarca todo lo impreso en papel, cartulina y algunos plásticos, el segundo incluye la impresión en todo tipo de prenda textil, y el último engloba la impresión en plásticos industriales, madera, vidrio, cerámica, metales y algunos casos de impresión en electrónicos.¹³

Debido a que para la recopilación de datos únicamente nos serán útiles los referentes a la serigrafía textil, me limitaré a plantear lo correspondiente a ella a través de un recorrido por los materiales básicos y los requerimientos que deben tener para esta industria.

9. Nielsen G. Ross, *Serigrafía Industrial y en artes gráficas*, Barcelona, Leda, 1989, p. 10.

10. Grupo Antakira, *Serigrafía : manual*, Málaga: Grupo Antakira, Innovación y Cualificación, c2004.

11. <www.freewebs.com/serigrafia/pelsierpe/tramadas.html>.

12. Para más información ver la imagen y su transferencia.

13. Grupo Antakira, *op. cit.*, p55.

Las posibilidades de la serigrafía textil

Dentro de la industria de la serigrafía textil se han desarrollado gran cantidad de materiales y maquinarias, dirigidas a la funcionalidad y compatibilidad con diferentes telas y prendas de distintas formas, así como para lograr una gran cantidad de acabados correspondientes a las demandas que impone la búsqueda de la innovación de la industria y de la moda.

La Malla

La malla o matriz, es un elemento primordial del procedimiento serigráfico ya que a través de ella se hace la transmisión de la imagen, si consultamos la historia de este procedimiento de impresión sabremos que existen muchos materiales que pueden servir como malla,¹⁴ en la industria emplean principalmente dos: los naturales u orgánicos y los sintéticos, los primeros también son conocidos como de multifilamentos (Figura 3.5), están casi en desuso ya que son difíciles de limpiar y menos resistentes, lo que muchas veces produce defectos en la impresión, los segundos también hechos comúnmente de un solo filamento y conocidos también como de monofilamento (Figura 3.6) abarcan una gran variedad que producen distintos resultados de acuerdo al material del hilo, las características de éste y el número de hilos que contiene.

Existen mallas sintéticas hechas de hilo de nylon y de poliéster, siendo las más comunes las primeras, ya que las de poliéster se emplean únicamente para trabajos que requieren poco detalle. El hilo de éstas se clasifica también por el grado de densidad que tiene de acuerdo a sus siglas en inglés en: HD: Fibra espesa y fuerte, T: Fibra normal, M: Fibra mediana y S: Fibra ligera de diámetro pequeño. También es importante el número de hilos que contiene la malla por centímetro cuadrado, abarcando de los 10 a los 200 hilos, siendo las más abiertas (las de numeración más baja) las más resistentes produciendo un mayor depósito de tinta y por tanto menor definición de imagen; por el contrario, las más cerradas producen una imagen más precisa con depósitos más delgados de tinta pero con menor resistencia.¹⁵

La selección de una malla depende por supuesto del soporte para el que será empleada, pero también de las cualidades de la imagen que se imprimirá, así como del tipo de tinta que se empleará,¹⁶ en serigrafía textil es común el uso de numeraciones medias de 60 a 100 hilos por centímetro, principalmente por la calidad que se requiere en las imágenes.

El Marco (tipos de marcos)

La función del marco es la de mantener la tensión de la malla (Figura 3.7), además de ello, conviene que éste tenga un peso y tamaño adecuados para el tipo de trabajo ya que el peso no debe afectar el manejo del marco, pues esto afectaría la impresión,¹⁷ por lo cual el material que lo conforme no debe ser muy pesado, sin embargo, éste debe ser resistente a los procedimientos a que es sometido durante la preparación de la malla, la impresión y el limpiado de la misma sin deformarse o perder tensión.

Existen básicamente tres materiales con los que se fabrican marcos para tensado de mallas: madera, acero y aluminio,¹⁸ por su bajo costo y su relativa ligereza es muy común el uso de la madera aun cuando este material tiende a deformarse y desgastarse fácilmente frente a los procesos a los que es sometido; el acero es más pesado y aumenta el costo pero reduce considerablemente la deformación, no obstante también es susceptible a una pronta corrosión de no ser sometido a un galvanizado o pintura

14. Se ha empleado todo tipo de materiales orgánicos e industriales que van desde el cabello humano hasta la seda.

15. <<http://serinet.net>>, Manual de serigrafía on-line; Numeración de la mallas.

16. <<http://serinet.net>>, Manual de serigrafía on-line; Numeración de la mallas.

17. <<http://www.serigrafia4t.com.ar>> Manual completo de estampado serigráfico, Curso on-line.

18. También existen otro tipo de marcos denominados autotensables con los cuales se puede modificar la tensión incluso durante el proceso de impresión; estos a pesar de ser innovadores y permitir mayor precisión, tienen un costo y peso mucho más elevados.

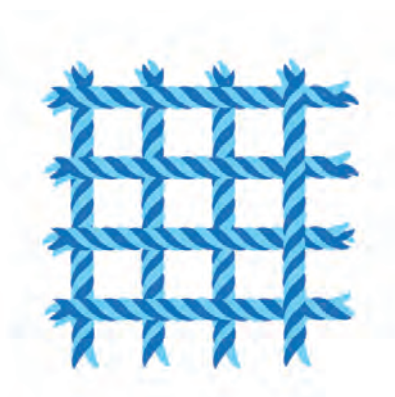


Figura 3.5: Malla con multifilamentos.

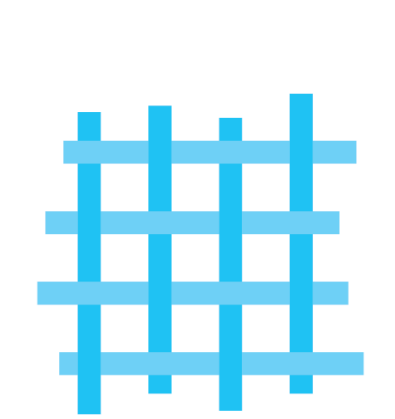


Figura 3.6: Malla con monofilamentos.

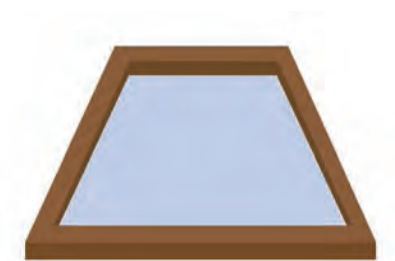


Figura 3.7: El marco sirve como soporte para la malla y la mantiene tensada.

adecuados que lo protejan contra ésta; por último, el aluminio es un material más resistente tanto a la corrosión como a la deformación y más ligero, lo que lo hace uno de los más recomendables ya que a diferencia de la madera conserva bastante bien las propiedades de forma y tensado.

La elección de un marco depende del tamaño de la imagen que se va a imprimir, el tiraje, los solventes que se usaran para las tintas y el presupuesto.

Las tintas

“Una tinta es una mezcla homogénea de material colorante, resinas, disolvente y algunos aditivos, cuya finalidad es reproducir una imagen sobre un soporte [...]”¹⁹

La elección de la tinta depende principalmente de la compatibilidad entre ésta y el soporte de impresión, en general cualquier tinta empleada para nuestro procedimiento de impresión debe cumplir con tres condiciones:

El pigmento debe ser fino para pasar a través de la malla.
Que la tinta no seque tan deprisa ni se evapore tan rápido como para tapar la malla mientras se imprime.
Adaptarse al rasero y al estarcido para obtener un buen estampado.

Las tintas empleadas para textiles se pueden dividir en dos grupos: las de base de agua y las plásticas o plastisol.²⁰

Las primeras son más baratas, fáciles de adquirir, preparar y usar, puesto que no requieren solventes caros ni maquinarias especiales para su secado, ya que secan con el aire. Con ellas se obtiene un acabado natural y flexible que además no tiene inconvenientes con la aplicación de calor sobre la impresión, permitiendo añadir otro tipo de elementos sobre éste.

Las plastisol, en contraste, no son tan baratas, requieren solventes de un costo elevado y el uso de un equipo especializado de secado, pero son mejores para manejar detalles de forma más sencilla, con ellas se puede hacer estampado sobre telas oscuras sin necesidad de una base blanca (necesaria para que se vean los colores impresos), pues con ellas se obtienen acabados más vivos y cubrientes, además se pueden usar en una amplia gama de telas sintéticas, éstas también se usan para manejar efectos especiales como brillos (por reflejo de luz), fluorescencias y una amplia gama de texturas: inflables, agrietadas, densas, etcétera.

La selección de una tinta en serigrafía textil dependerá de tres factores: los componentes de la tela (características del soporte), las características de la imagen a imprimir y el tipo de acabado que se busca conseguir.

Los solventes

Estas sustancias son empleadas para diversos fines en serigrafía, tales como manipular las cualidades de las tintas, limpiar las mallas para posteriores impresiones de la misma imagen o para retirar las emulsiones y así poder emplearlas de nuevo para transferir otra imagen en ellas. En la manipulación de tintas se emplean solventes para acelerar o retrazar el tiempo de secado (mediante los denominados catalizadores o con retardadores, según sea el caso) o modificar su consistencia, para adelgazarlas (con diluyentes o barnices reductores), ya que muchas tintas se venden más espesas de lo recomendable para imprimir, o para reducir la concentración del pigmento (con base transparente o barniz reductor) en la tinta, consiguiendo colores pastel o mayor transparencia.²¹

19. Grupo Antakira, *op cit.*, p.47.

20. <<http://www.serigrafia4t.com.ar>>, Manual completo de estampado serigráfico, Curso online.

21. <<http://www.serigrafia4t.com.ar>>, *op cit.*

Los que se emplean para retirar restos de tinta de las mallas después de su uso evitan que queden partículas de éstas que harían defectuosa una posterior impresión con la misma malla; son conocidos como solventes de lavado, y aunque adelgazan las tintas no se deben usar en la impresión ya que dañan su resistencia y adherencia, provocando que la tinta no logre mantenerse en el soporte o se desprenda al poco tiempo.

El uso de un solvente específico está sujeto a las características de los materiales que se estén empleando, como tipo de marco, malla, emulsión, soporte en el que se imprimirá y sobre todo los componentes de la tinta, ya que los disolventes por lo general forman parte de la fórmula de éstas o están diseñados para cada tinta específica.²² En serigrafía textil, para tintas base de agua, ésta es su disolvente y en el caso de las plásticas o plastisol, depende de la base solvente de la que está compuesta la tinta y por lo general se elaboran de forma específica para cada uno dependiendo de la marca.

De igual forma, al decidir cual emplear para retirar las emulsiones de la malla depende de los componentes de éstas, en serigrafía en muchas ocasiones se emplea el cloro común (hipoclorito de sodio) ya que es más económico; sin embargo, este puede deteriorar más rápido a la matriz por corrosión, haciéndola menos resistente.

El rasero

También conocido como “racleta”, es una herramienta empleada para arrastrar la tinta uniformemente por la malla, al comprimirla la obliga a pasar a través de las partes permeables de ésta, lo que permite transferir la imagen al soporte (Figura 3.8). Formada por un hule sostenido por un mango hecho de madera o metal, por su simple conformación no tiene grandes variantes para los distintos tipos de soporte, para serigrafía textil es común el uso de un rasero con un hule medio (no muy duro ni muy blando) con bordes redondeados, excepto para mayor definición de detalles en cuyo caso puede emplearse uno de perfil cuadrado.

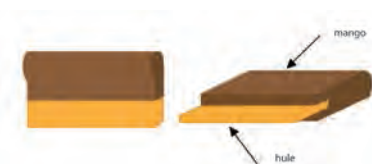


Figura 3.8: El rasero o racleta se emplea para pasar la tinta de la matriz al soporte.



Figura 3.9: Los tres tipos de imagen. Alto contraste o línea. Tono continuo. Medio tono o tramada.

La imagen y su transferencia

En el mundo de la impresión, las imágenes se dividen en tres grupos: **las de alto contraste o línea**, que son las que están hechas con colores planos o al 100%, que no tienen degradados ni tonos intermedios;²³ **las de tono continuo**, que son las formadas por tonalidades de densidad variable, por ejemplo, una fotografía, y **las de medio tono o tramadas**, que son una adaptación –requerida en muchos sistemas de impresión– de las de tono continuo, éstas deben ser tratadas para hacer posible su impresión, dividiéndolas en una serie de puntos de varios tamaños que conforman lo que en terminología de impresión se llama trama de medio tono, hecha de líneas con distintos tamaños de puntos²⁴ (Figura 3.9) en las cuales los pequeños forman las áreas claras de la imagen, los grandes crean las áreas oscuras y los medianos hacen los tonos intermedios o medios tonos.²⁵

Para que una imagen, ya sea a línea o de medio tono, se pueda transferir a la malla o matriz por el proceso de fotograbado que mencionaba al citar el modo en el que se hace la serigrafía actual, es necesario contar, como ya he mencionado, con un positivo²⁶ (Figura 3.10), para la transferencia de imágenes de una sola tinta bastará con uno solo para preparar una única malla, y por cada tinta que se quiera aplicar se emplea una matriz distinta preparada cada una con un positivo que tendrá las partes de la imagen que contengan un solo color de ésta, es decir, al trabajar con varias tintas se



Figura 3.10: El positivo es una película transparente que contiene la imagen opaca u oscura.



Figura 3.11: Para imprimir una imagen a color plana o hecha a línea hay que separarla por color y hacer una matriz para cada uno.

22. Para más información consultar: < <http://www.serigrafia4t.com.ar>>, Manual completo de estampado serigráfico.

23. <<http://serinet.net>>.

24. En escala de grises hecha por puntos negros de distintos tamaños y en color por puntos cyan, magenta, amarillos y negros, impresos en distintos grados de inclinación y tamaños, para lograr el color.

25. En este tipo de imágenes la calidad está definida por la densidad de la trama, es decir, la cantidad de puntos que hay en cada línea por pulgada (lp). Las tramas de alta densidad imprimen puntos muy juntos creando colores e imágenes nítidas contrario a las de trama baja en las cuales incluso pueden llegar a notarse los puntos a simple vista.

26. Recuerdese que éste es una película que contiene la imagen opaca.

tiene que dividir la imagen en cada una de ellas (Figura 3.11). Si una imagen u original posee demasiados colores planos (más de seis) es recomendable utilizar una separación de colores por cuatricromía para reducir el número de matrices, este tipo de separación es usada en muchos sistemas de impresión, ya que en la mayoría de estos se imprime tinta por tinta en el soporte, y también es el método que se emplea para la impresión de imágenes de medio tono, la selección de color, cuatricromía o *process color*, consiste en la conformación de la imagen a color mediante la superposición de cuatro tintas, denominadas colores pigmento o CMYK —C= Cyan, M= Magenta, Y=Yellow (amarillo proceso) y K= Black (negro proceso)—, así mediante la superposición de cada color se logra cada uno de los pertenecientes a la imagen con sólo cuatro mallas. En el caso del medio tono, el color y sus calidades tonales se logran a partir de la misma superposición pero en los puntos que la componen y con los diferentes tamaños de estos logrando la ilusión óptica de color continuo²⁷ (Figura 3.12).

La transferencia de la imagen a una pantalla serigráfica puede ser manejada de muchas formas, en la industria generalmente se emplean los positivos fotográficos, estos se obtienen a partir de un original, ya que de esta forma se asegura que la imagen no tenga mayor problema al ser transferida a la malla, sin embargo, la creación de positivos tiene una extensa gama de posibilidades, como el uso de objetos puestos en contacto con la malla durante el proceso de insolación, la preparación de positivos trabajados a mano, la impresión de estos en acetato o sobre papel vegetal (albanene), en casos más experimentales cualquier objeto opaco o con zonas opacas puede servir como positivo,²⁸ incluso se puede emplear un objeto tridimensional con un lado plano.²⁹

Como ya hemos visto, la transferencia de una imagen a la matriz se hace mediante un procedimiento fotomecánico, del que existen tres variantes: **el directo**, éste comienza con la limpieza de la malla para retirar partículas que puedan provocar defectos en la transferencia, después con la ayuda de un rasero se aplica, sobre la malla, una emulsión fotosensible —sensibilizada por la adición de bicromatos o diazos— que se endurece tras su exposición a la luz, denominada insolación, y consistente en la exposición de la matriz en contacto con un positivo que permitirá pasar la luz, que deberá contener rayos ultravioleta, únicamente a través de las partes que no conformen la imagen (Figura 3.13), generando zonas no permeables en donde la emulsión fue expuesta, así después de un lavado para retirar la emulsión blanda se obtienen las zonas permeables quedando lista la matriz para imprimir. **El indirecto**. Se realiza mediante un soporte provisional que ya contiene la emulsión y es insolado antes de ser transferido a la malla, mediante éste existe la posibilidad de trabajar directamente sobre la emulsión, sin positivos (obteniendo una imagen similar a las de impresión de grabado), y una vez terminado se transfiere de forma similar a un material adherible a la malla con ayuda del rasero.³⁰ Y **el directo/indirecto**. Combina los dos anteriores, transfiriendo la emulsión de un soporte auxiliar a la matriz, antes de la insolación que se hace de la misma manera que en el procedimiento directo.

Maquinarias especializadas

Para todos los soportes en los que se emplea algún tipo de impresión existen siempre equipos especializados para facilitar el trabajo y mejorar la calidad de impresión, en serigrafía se utilizan aparatos especializados para la preparación de la malla o el tendado de ésta en los marcos, sin embargo ya que estos son útiles en la preparación del material necesario para el proceso de impresión me enfocaré en los que se emplean para ajustar la impresión a los tipos de soporte, para lograr acabados específicos y

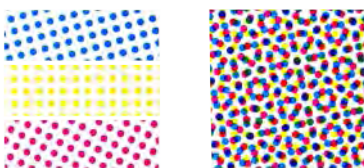


Figura 3.12: La impresión en cuatricromía o selección de color, está formada por una serie de puntos de los colores llamados proceso (CMYK) impresos en distintos ángulos para formar la imagen a color.

27. Cabe señalar que cuando se trabaja en medio tono cada color, al realizar la impresión por cuatricromía, debe estar en un ángulo distinto (45° negro, magenta 75°, amarillo 90° y cyan a 105°) y deben considerarse factores tales como la lineatura de la imagen, cuidar que el rango luz-sombra no sea demasiado alto para el proceso de impresión, el tipo de punto en que se hará la impresión, que la angulación de la trama por color no tenga inconvenientes y la relación del ángulo de la trama de la película y el ángulo de la dirección de los hilos de la malla (para mayor información consultar <<http://serinet.net> o www.freewebs.com/serigrafia/pelsierpe/tramadas.html>).

28. Debe ser lo suficientemente opaco para evitar que la luz ultravioleta llegue a la pantalla durante la insolación.

29. Mara, Tim, *Manual de Serigrafía*; Barcelona; Blume, 1981. p. 71.

30. Para mayor información consultar: Manual de Serigrafía; Mara, Tim. Capítulo 8. Positivos para reporte fotográfico.

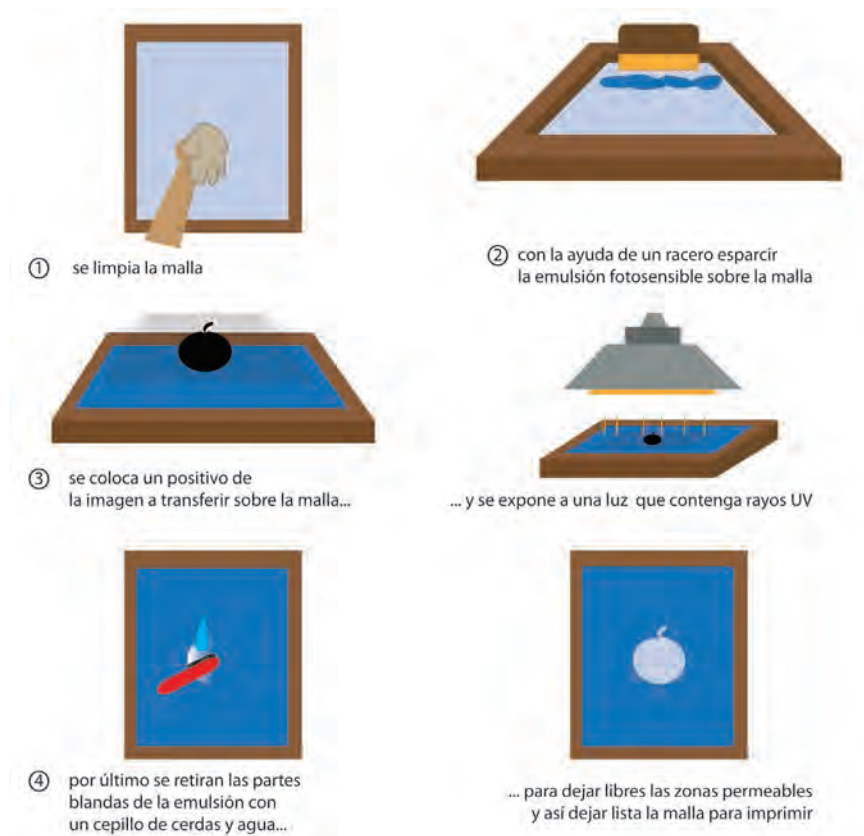


Figura 3.13: Proceso de transferencia de la imagen.

realizar requerimientos especiales, en serigrafía textil se emplean principalmente tres aparatos: la rotativa, la presecadora y la termofijadora.

La rotativa

También conocida como pulpo fue diseñada para la impresión de varias tintas en menor tiempo, de forma más ordenada, en menor espacio y de mejor calidad. Compuesta por dos carruseles: uno en la parte superior con una serie de brazos abatibles (con resortes que permiten elevarlos y bajarlos) que sostienen, cada uno, una prensa en la que se fija un marco y otro en la parte inferior con brazos ajustables que sostienen varios soportes denominados paletas que sirven para mantener estables las prendas, lo que permite una movilidad lateral al imprimir distintas tintas en una misma prenda, como cuando se hace selección de color,³¹ también cuenta con un sistema que regula la caída de cada brazo para lograr un acoplamiento de las tintas, denominado registro.

El ciclo de impresión comienza fijando el soporte que se va a imprimir en una paleta, se realiza la primera aplicación de color, bajando uno de los brazos para colocar el marco fijado a este sobre el soporte y pasar el rasero, se sube el marco una vez terminada la primera tinta, se hace un secado parcial, se gira el carrusel superior hasta tener el siguiente brazo sobre la paleta en la que está colocado el soporte, bajando el brazo para aplicar la segunda tinta y así sucesivamente, hasta completar el ciclo que puede ser de tantas tintas como brazos de impresión tenga el pulpo.³²

Estas máquinas se diseñan en distintos tamaños y con distinto número de estaciones (cada juego de paleta y prensa se denomina de este modo) que van desde las cuatro (Figura 3.14) hasta las dieciséis, existen rotativas manuales, manejadas por un operador y automáticas, que efectúan los movimientos necesarios con dispositivos aire comprimido.

31. La selección de color o cuatricromía es la conformación de la imagen a color mediante la mezcla de puntos superpuestos de los colores denominados pigmento (CMYK C= Cyan, M= Magenta, Y=Yellow y K= Black) que se emplean en diversos sistemas de impresión.

32. <<http://www.serigrafia4t.com.ar>>, Manual completo de estampado serigráfico, Curso online.

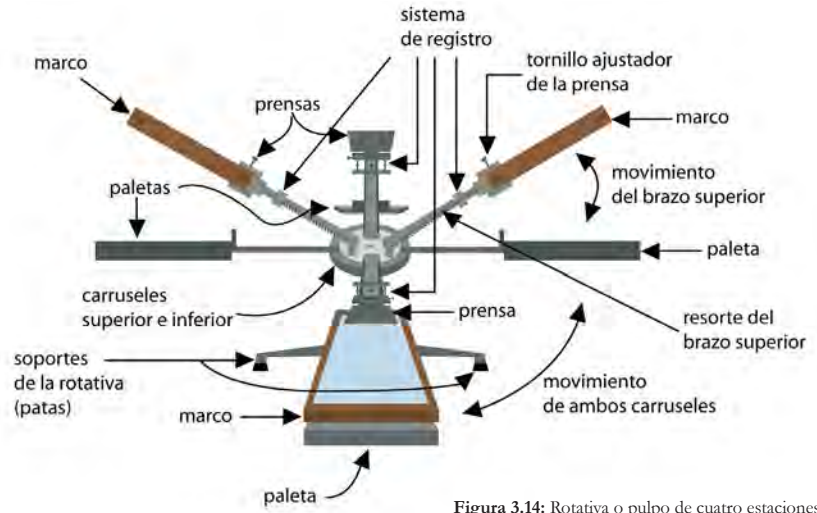


Figura 3.14: Rotativa o pulpo de cuatro estaciones.

La Presecadora

Es empleada cuando se requiere hacer un secado parcial, por ejemplo, cuando se trabajan varias tintas, ya que si la tinta anterior esta fresca la prenda se embarraría al hacer contacto con la siguiente malla o se mezclaría al aplicar la posterior, pero si la tinta estuviera seca (o curada) los colores posteriores se desprenderían al ser lavados, lo mismo ocurre cuando se trabaja sobre telas oscuras, con tintas base agua, pues éstas requieren de una base blanca que permite una buena impresión de los colores.

La presecadora (Figura 3.15) o unidad de presecado esta compuesta por un soporte de altura ajustable con bloqueo de movimiento y un cabezal que contiene una campana con resistencias de cuarzo que generan calor de forma similar a un horno, es recomendable que ésta tenga *timer* (medidor de tiempo) ya que poco tiempo de presecado no sirve y el exceso de éste tostaría la prenda, también es recomendable que éste aparato sea encendido el tiempo necesario para que se caliente bien antes de usarse.

Estas unidades pueden emplearse también como unidad de secado, la diferencia entre una y otra es la cantidad de calor producida, lo que se traduce en mayor o menor tiempo de secado, no así en el caso contrario, pues la cantidad de calor producida por una unidad de secado logra que éste se produzca entre los 20 y 45 segundos lo que impide utilizarlas como presecadoras.



Figura 3.15: Presecadora.

La termofijadora

Esta máquina comúnmente denominada “plancha” es empleada en la industria textil para fijar imágenes en prendas armadas, se puede emplear para secar (curar) estampados al usar tintas acrílicas (base de agua), transferir estampados desde un papel “transfer” (éste es soporte de un material que tiene la cualidad de transferir las imágenes que son impresas sobre él mediante la aplicación de calor, es comúnmente usado como estampado textil pero tiene una durabilidad mucho menor a la de la serigrafía) y para activar los efectos de algunas tintas plastisol. Compuesta por dos planchas metálicas recubiertas de teflón, contrapuestas mediante una prensa que ejerce presión sobre la prenda (Figura 3.16) lo que permite aplicar calor y presión de manera uniforme, un buen modelo de ésta debe poseer termostato (indicador de temperatura), timer y regulador de presión.³³

La PLAYERA como SOPORTE

Como hemos visto en serigrafía, hablando de métodos de impresión, se denomina “soporte” al material sobre el cual se imprime, en el universo de la comunicación visual se puede llamar de la misma manera al medio final en el que se presentará el mensaje al receptor, esto no es nada nuevo o extraño si consideramos que otros medios distintos a los impresos son relativamente recientes.



Figura 3.16: Termofijadora o plancha.

33. <<http://serinet.net>>.

Para nosotros los ilustradores el conocimiento amplio de las características, ventajas o limitantes, del soporte son importantes para la realización de nuestro trabajo dado que decisiones tan relevantes como el tamaño o la técnica en qué haremos el trabajo así como la composición o elementos para la construcción del mensaje, las tomamos de acuerdo a las características de éste.

Para este proyecto tratamos con un soporte poco común para la ilustración gráfica, la playera, de acuerdo a lo citado arriba realizaré un análisis de la influencia de nuestro soporte, en dos partes: la primera que comprenderá lo relativo a la lectura y la segunda que abarcará la influencia que las características del soporte tienen para elegir el tamaño y la forma para la creación de la imagen final.

La lectura de acuerdo al soporte

La playera como soporte, para crear un medio para la transmisión de un mensaje, tiene dos peculiaridades: la primera es lo que denominaré su *condición de tridimensionalidad*, y la segunda referente a las características de lectura del mensaje que crea una situación dual de estatismo y movilidad, que llamaré su *dinamismo situacional*.

Al hablar de su primera particularidad me refiero a una condición de *tridimensionalidad* y no a un soporte tridimensional, ya que en el segundo caso hablamos de un soporte capaz de contener un diseño de tres dimensiones perfectamente visibles (e incluso palpables) y la playera adquiere solamente una condición similar al ser portada (moldada) por el cuerpo humano, lo que es importante tomar en cuenta para realizar un diseño pero no la convierte en un soporte tridimensional.

Por muchas razones, que van desde el presupuesto hasta una mayor dificultad de impresión, la mayor parte de los diseños en playeras demuestran que sus creadores tienden a reducir esta prenda a un frente y vuelta, desperdiciando su particular condición. Considerar a la playera desde todos los ángulos da un espacio mayor para crear, y puede ser una novedad que la haría más atractiva como producto aunque también, eleva mucho los costos.

Esta concepción tridimensional del formato al momento de planear la composición debe ser manejada de una forma similar a como ocurre en la elaboración de una ilustración gráfica o algún diseño realizado para un empaque, tomando en cuenta la forma en que se verá, en su caso armada, en el nuestro puesta, pero sobre un esquema del soporte que considerará las partes visibles de éste así como su continuidad, entonces al momento de trabajar la técnica lo podremos hacer en plano sin que la composición lo sea.

La concepción en tres dimensiones de nuestro soporte nos es útil también al momento de considerar sus posibilidades y limitantes en cuanto a forma y sus partes en movimiento para la construcción del mensaje acorde a su lectura.

Aunque el procedimiento para captar la atención de un receptor responde de manera más directa al interés que el mensaje creado generé en él, la carga del soporte recae en la importancia de sus partes más propensas de llamar la atención; es decir, sus puntos focales, mismos que son afectados por la manera natural en la cual nos movemos ya que ésta hace más visibles que otras a algunas partes del soporte.

Al ver hacia donde caminamos las personas que se atraviesan en nuestro camino exhiben en su movimiento el pecho, si se dirigen hacia nosotros, o la espalda, si van delante o se alejan y en ambos casos podemos observarles los hombros y el cuello, pero solamente veremos los costados cuando la posición o el movimiento de los brazos nos lo permitan.



Figura 3.17: Al ser portada por una persona la playera adquiere el volumen del cuerpo de esta y el movimiento natural de este nos da la pauta para encontrar los puntos más visibles en ella.

Nuestro modo natural de percibir las cosas también nos marca las particularidades de la lectura, nuestros ojos, encargados de hacernos llegar la información visual, normalmente actúan como radares que buscan y analizan pero al mismo tiempo son el blanco de la información construida,³⁴ ésta, la que requiere captar la atención, debe ser creada de acuerdo a tres criterios: la capacidad de atención disponible, la duración de ésta y el nivel cultural del destinatario.³⁵ Las características del soporte son las responsables tanto del tiempo del que se dispone para captar la atención como del idoneo para la transferencia del mensaje una vez captada la atención, es decir, los dos primeros criterios.

Una playera en su condición dúplice actúa por un lado como elemento estático (al momento de ser exhibida para venta) cuenta con un tiempo considerable para ser examinada, si consigue nuestra atención, de la misma forma que un aparador; sin embargo, ya que nuestro soporte adquiere otra modalidad al ser portada y que el tiempo ideal de transferencia está marcado por el menor del que dispondrá tomaremos como referencia el que se da durante su *modalidad dinámica* (al ser portada como prenda de vestir) en la cual tal como sucede con un cartel o cualquier espacio para información visual que podamos encontrar estando en movimiento, dispondrá de menos de treinta segundos para captar y transferir el mensaje, de tal modo que éste deberá ser de lectura sencilla, al menos para captar la atención, dándonos la posibilidad de un mensaje de mayor complejidad durante el tiempo de interpretación, es decir, un mensaje de doble lectura capaz de actuar como elemento de ornato suficientemente atractivo para cautivar pero con un mensaje insertado deliberadamente para ser decodificado en un tiempo un poco mayor.

La imagen final el tamaño y la forma

Las características de la forma y el tamaño del soporte también son elementos que afectan la creación de una imagen, en distintas maneras, como es evidente el tamaño de la imagen terminada debe guardar una relación con el receptáculo final de la misma, al menos en proporción y forma.

Como ya he planteado, para trabajar en un soporte con características tales como las de la playera es necesario tener un esquema que nos permita crear a partir de él, para no hacerlo sobre el soporte final en su condición de *tridimensionalidad*, pero teniendo en cuenta sus particularidades al momento de crear las imágenes. Este esquema nos servirá también para determinar el tamaño al cual trabajarlas, pues aun cuando se haga en vectores, de forma digital, y podamos modificar su tamaño, se debe tener presente el tamaño final de la imagen y trabajar de acuerdo a éste, lo que es necesario para prever errores, como el grado de detalle que la imagen pueda tener, ya que ésta será la con la que se hará el positivo para elaborar la matriz de impresión.

Para obtener esta esquematización del soporte cree una retícula a partir de las medidas de una playera de cuello redondo y manga corta, de tamaño mediano, ya que éste es el que guarda una relación más cercana a la proporción ideal del cuerpo humano, coincidiendo con las medidas áureas que todo ser vivo posee. Las medidas de esta prenda guardan una relación entre sí de la siguiente manera: la medida del radio del círculo a partir del cual se saca el semicírculo del cuello se repite en el ancho de cada hombro, y el diámetro de éste mismo es la medida de la amplitud de la manga y el largo, la amplitud del torso es cuatro veces el radio y finalmente éste se repite siete veces en el largo de la playera (Figura 3.18).

Como mencionaba en la sección anterior, una impresión en la totalidad de la playera o en gran parte de ella incrementa el costo principalmente en producciones pequeñas o tirajes cortos, como es nuestro caso, por lo que con base en el esquema he obtenido una zona de impresión que para efectos de creación tomaré como “la zona

³⁴ Joan Costa, *La esquemática : visualizar la información*, Barcelona, Paidós, 1998, p.87.

³⁵ Joan Costa *ídem*.

disponible”, es decir, sobre la cual podré colocar las imágenes y tomar en cuenta para ubicar los puntos focales de ésta, dichos puntos están localizados en los extremos del rectángulo que se forma en la zona que inicia con el radio del semicírculo del cuello (Figura 3.18) y termina en el final de la playera. Como otro punto de referencia de gran peso tenemos al eje central de la playera marcado por el centro de la misma circunferencia mediante el cual podemos crear equilibrio o desequilibrio en el diseño.

Con toda la información recabada y depositada en este capítulo de planeación, y los anteriores, podemos pasar al momento de la creación de las ilustraciones.

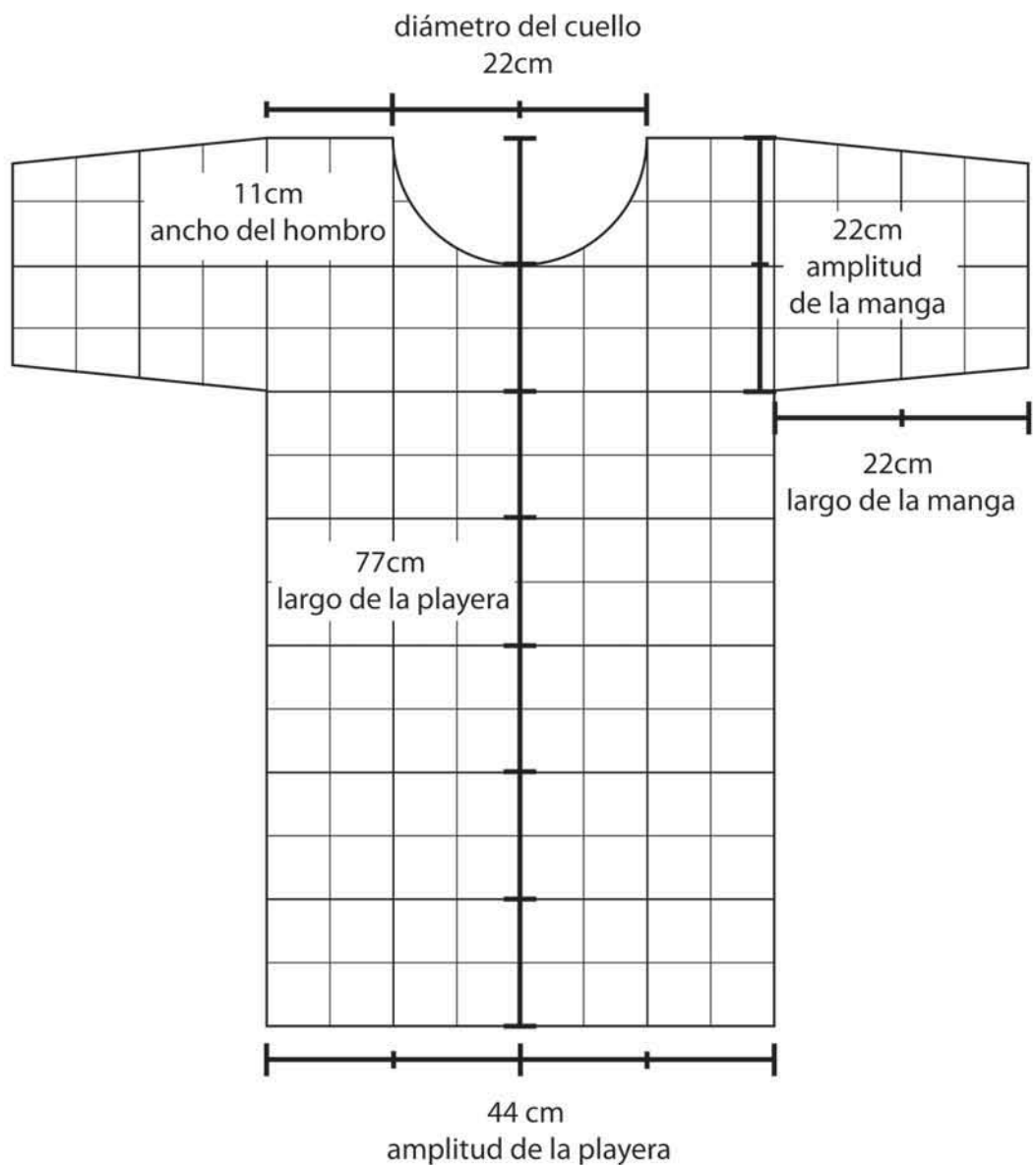


Figura 3.18: Las medidas de una playera guardan una proporción de dimensión que se observa en la imagen tomando como referencia el radio del semicírculo que forma el cuello de la prenda. A partir de ellas se puede formar una retícula con proporciones aureas.

Cuatro | Ilustraciones al borde del erotismo

*“La labor creadora reside en el planeamiento, lisa
y sencillamente; lo demás no es otra cosa que buen
trabajo artesano.”*

Andrew Loomis

Como planteo al inicio de este trabajo de investigación, en la definición de ilustración gráfica, ésta es “producto de un proceso de conceptualización que responde a una necesidad comunicativa”. Dicho proceso consiste en la transformación de un concepto en una imagen, que aunque por sí misma sea un vehículo de comunicación para ilustrar¹ deberá ser portadora de información concreta correspondiente al propósito comunicativo que se busca resolver a través de ella

Hasta ahora ya he planteado lo correspondiente a la planeación del proyecto y el trabajo de investigación necesarios para comenzar el proceso creativo, utilizando la metodología proyectual propuesta por Bruno Munari,² que como hemos visto ha sido una valiosa guía, que sin embargo resulta insuficiente para llevar la parte de la creatividad en los procesos gráficos, muy probablemente porque fue diseñada para la creación en diseño industrial, razón por la cual utilizaré como apoyo adicional la forma de ejercer la parte práctica propuesta por Andrew Loomis en su libro *Ilustración Creativa*.³ Lejos de hacer una planeación distinta a la de B. Munari, A. Loomis apoya la búsqueda de información y el conocimiento del proyecto (problema) previos a la creatividad, pero a diferencia del primero plantea minuciosamente el proceso posterior a la planeación, abarcando específicamente la labor creadora del ilustrador gráfico.

A. Loomis describe mediante lo que él denomina los cinco elementos esenciales de la narración, el proceso de conceptualización necesario para la creación de una ilustración gráfica.

El primero de ellos, **la concepción del tema** es una contextualización del proyecto, equivalente a los pasos previos a la creatividad, mismos que ya han sido planteados en los capítulos anteriores, por lo cual para fines de este trabajo ocuparé este paso como lugar de aterrizaje para las conclusiones resultantes de la investigación previa que sustentarán los conceptos de las ilustraciones gráficas.

Los siguientes cuatro pasos denominados **visualización, dramatización, caracterización y embellecimiento**, obedecen al desarrollo gráfico del proyecto de la siguiente manera:

La visualización es el trabajo de las primeras ideas y corresponde a la transformación de un concepto abstracto (lo que se tiene en mente en un inicio) a una imagen concreta. Tras poseer los conocimientos necesarios para ser ilustradores de un tema, se empieza a planificar de qué manera se va a instruir al receptor del mensaje respecto a éste, manipulando conscientemente los elementos que estarán en la ilustración gráfica de tal modo que cada cosa que aparezca en ésta sea justificable y a su vez embellecedora de la imagen. Así pues, durante esta etapa se puede prever cualquier inconveniente que pueda presentarse, en ella se pueden hacer cuantos bocetos sean necesarios, se trata de planificar el mensaje visualmente a detalle: composición, color, tamaño, forma, etcétera.

La dramatización responde a la necesidad de producir una respuesta por parte de los receptores, este paso consiste en dotar de emociones a la imagen, encontrar la manera de obtener una respuesta emocional de nuestra representación, esto se logra a través de los gestos, los colores, la iluminación de la escena, el encuadre, el nivel icónico, los contrastes, la composición misma, pero sobre todo con veracidad y realismo, el poner gran cuidado en estos aspectos de la imagen nos llevará a una excelente realización de lo representado.

La caracterización es determinar los atributos peculiares de un personaje o cosa [...],⁴ ésta consiste en determinar la manera en que se va a dar vida, tanto a personajes

1. Me refiero en este caso a la palabra “ilustración” en su significado puro, es decir, como foco o punto capaz de transmitir un concepto con la finalidad de iluminar al perceptor con información, una imagen portadora de conocimiento.

2. Munari, Bruno, *¿Cómo nacen los objetos?*, México, Gustavo Gili, 1993, *passim*.

3. Loomis, Andrew, *Ilustración Creativa*, Buenos Aires, Hachette, 1974, *passim*.

4. López Antonio, *Diccionario enciclopédico Monitor*, Madrid, Cultural de Ediciones, 2001.

como escenarios, es el momento de buscar las referencias necesarias para conseguir el nivel icónico preciso para dar vida a la emoción y al concepto que deseamos manejar en la ilustración, a estas alturas del proceso ya se pueden emplear modelos, tanto para humanos como para objetos, animales, paisajes o plantas, ya que no existe mejor manera de representar algo que observando detenidamente como luce y así plasmarlo detalladamente tal como es, por lo que es el momento dedicado a refinar todos aquellos detalles que se han ido manejando como elementos representativos o bosquejos de lo que realmente debe ser, ya que siempre es recomendable, por muy buena que sea nuestra retención visual de las cosas o por mucha experiencia que tengamos en dibujo, observar detenidamente cada detalle para dar vida a cada elemento de la ilustración y respaldar nuestra dramatización.

De último, se trabaja lo que A. Loomis denomina **embellecimiento**, que consiste en lo que el mismo autor denomina trabajo técnico, cotidianamente conocido como la técnica, este paso no se debe malentender, como he planteado, esta ya debe haber sido considerada desde la planeación y de acuerdo a las características del proyecto, en este momento me refiero a su ejecución o el modo en que se trabaja un material, es la parte de la materialización (nacimiento) de una ilustración gráfica, para la obtención de las imágenes finales.

Concepción del tema

La ilustración erótica, como hemos podido observar a lo largo del segundo capítulo, tiene miles de caras y la diferencia entre cada una está marcada por las particularidades, principalmente por las finalidades específicas de cada imagen, en nuestro caso la finalidad abarcará, como ya hemos visto, dos aspectos: uno como *elemento decorativo de una prenda textil* y otro como vehículo de comunicación, este segundo objetivo es el que trabajaré durante esta *concepción*, ya que es el que dará a las imágenes el estatus de ilustración gráfica.

Hasta ahora el título de este trabajo de investigación puede no tener mucho sentido para el lector, éste hace referencia a una ilustración gráfica que está al BORDE⁵ de lo erótico, queriendo ser sutil, dado que el proyecto requiere guardar distancia del erotismo exuberante o explícito, ya que de acuerdo a los códigos culturales del receptor muchas veces éste es considerado ofensivo y/o pornográfico, por lo cual deberé tener cuidado en mantener las ilustraciones dentro de lo considerado como erótico en el contexto cultural del público meta, como ya mencione en el segundo capítulo esto depende de: a) la belleza física, b) un lenguaje corporal determinado, y c) las partes del cuerpo que se dejan mostrar y la forma en que se permite hacerlo, al momento de construir cada imagen deberé tener en cuenta lo anterior por encima de lo que manejaré como concepto de la colección.

La creación de una imagen femenina erótica es una tarea relativamente fácil, sin embargo, el comunicar un mensaje mediante la imagen femenina es un reto de construcción de códigos mucho mayor, que abre la posibilidad de emplear los estándares, clichés y estereotipos para fomentar una consideración positiva del concepto de erotismo que posee el perceptor, lo que a mi parecer implica también promocionarlo como una actividad cotidiana (no por ello más mundana o menos compleja) que debe estar presente dentro de una sexualidad saludable.

Como planteo la definición del erotismo, capítulo dos, éste es parte de nuestra sexualidad y se experimenta como una sensación (y por ende es percibido a través de nuestros sentidos) referente al placer que ésta produce como parte de la naturaleza de nuestra especie, lo que representaré mediante la manipulación de una serie de comportamientos sexuales que son considerados expresiones poco comunes del erotismo, estas conductas denominadas *parafilias* se definen como “un patrón de com-

5. La palabra borde, sinónimo de orilla, margen, costado, filo, etcétera, me es equivalente a un ligero alcance que hace referencia a la cercanía de algo que se busca conservar en secreto y sin embargo llega a conocerse o experimentarse en un marco de permisividad de lo prohibido.

portamiento sexual en el que la fuente predominante de placer no se encuentra en la cópula, sino en otra actividad”;⁶ por lo que ejercer estas actividades es un modo de vivir el erotismo y es mucho más habitual en la actividad sexual de lo que se podría creer, como justificación de lo anterior en el ámbito de la psicología estas prácticas solamente son consideradas como dañinas o negativas “si se presentan como única fuente de placer sexual o si son perjudiciales o peligrosas para los participantes”;⁷ fuera de ello la consideración que se les refiera depende de los guiones sociales de un lugar y tiempo determinados,⁸ como contraparte a cualquier percepción negativa que pueda tenerse acerca de ellas está la curiosidad que producen. Así pues, para el concepto de colección manejaré cinco de éstas: voyeurismo, fetichismo (hifeifilia), masoquismo, fetichismo (sitofilia), y escatología telefónica, relacionándolas con los cinco sentidos que como encargados de la percepción sensorial humana son perfectos representantes del concepto erótico.

A través de ambos conceptos manejaré una representación alegórica de un erotismo positivo, emplearé el lenguaje corporal de las imágenes femeninas para comunicar mediante distintas actitudes, el mensaje por medio de la connotación, empleando conductas estereotipadas.⁹ Las mencionadas parafilias asignarán significados ya establecidos para *cotidianizar* el erotismo, fungirán además como razón y justificación del lenguaje corporal de cada una de las encarnaciones femeninas del erotismo y para reforzar el mensaje emplearé asociaciones con objetos como elementos significantes¹⁰ para reducir al mínimo posible el grado de polisemia.

Todo lo anterior debe ser expuesto de manera individual en la creación, ya que este proceso es una totalidad que se relaciona paso a paso, y respetando que cada una de las propuestas es una unidad independiente, presentaré de este modo la relación existente entre cada parafilia elegida y el sentido que le corresponde, para posteriormente ir planteando las ideas que sustentan la presentación de la realización de las imágenes con su correspondiente progreso a través de los procesos planteados por A. Loomis, que nos llevarán también a verlas en su función completa, es decir, además de como vehículo de comunicación como elemento decorativo de la prenda textil.

EL PROCESO DE CREACIÓN DE UNA ILUSTRACIÓN GRÁFICA

Voyeurismo y vista

*El voyeurismo caracterizado por el acto de observar a terceras personas desnudas o manteniendo algún tipo de actividad sexual, con el fin de obtener excitación sexual*¹¹ mantiene una relación predecible con el sentido de la vista desde el significado de su nombre —la palabra “voyeur” del verbo *voir* (ver) con el sufijo *-eur* del idioma francés se traduce como “mirón” u observador— es la mirada de un espía o fisgón.

Para representar lo anterior emplearé el concepto de “intimidad observada”, entendiéndolo como intimidad lo privado o personal (ya que es mucho más digerible que exponer una escena sexual observada), para representar la mirada externa utilizaré la construcción de distintos planos que pondrán distancia entre el receptor y la escena pero a la vez lo harán partícipe de ella pues éste jugará el papel del *voyeur*.

6. García Curado, Anselmo, *El nuevo libro de la vida sexual: para jóvenes, padres y educadores*, España; Asesores Culturales y Artísticos, Libreros Internacionales, 2004, p.277.

7. <<http://es.wikipedia.org/parafilias>>.

8. Que en nuestro caso pertenecerían al público meta, el cual dado su nivel de estudios y edad, encontrará aceptables estas actividades, dado que dentro de ese rango de edad la actividad sexual ya cuenta con una cierta experiencia.

9. Barthes Roland, *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos y voces*, Barcelona, Paidós, 1986, p18

10. Barthes Roland, *idem*

11. <<http://es.wikipedia.org/wiki/voyeurismo>>.

En las primeras ideas para la visualización trabajé tres posibles situaciones de una mujer: mientras toma un baño (Figura 4.1), desnudándose para tomarlo (Figura 4.2) o secándose después de hacerlo (Figura 4.3), las tres representan bien la intromisión a una escena privada.



Figura 4.1



Figura 4.2



Figura 4.3

Me he inclinado finalmente por la idea de la mujer desnudándose de la segunda opción, sin embargo, para la construcción de la pose final, mostrándola de cuerpo completo, me base en que idealmente un *voyeur* querría contemplar la mayor cantidad posible de la persona que está observando, por lo cual más adelante opté por presentar una gran parte de la espalda y parte de las piernas al estar ella dejando caer la tela que le cubre el cuerpo y llevar el pelo recogido en lugar de suelto, como sucedía en la figura 4.4, que fue la que se mostró a la modelo para posar. El lenguaje corporal de la mujer representa el hecho de que todos poseemos un cuerpo erótico, así muestro la sensualidad del cuerpo humano en éste desnudo, ella está dándonos la espalda, reforzando el concepto de ser observada sin autorización, lo que también me permitió exhibir el torso sin el problema de grado de erotismo que generaría mostrar los senos completos.



Figura 4.4

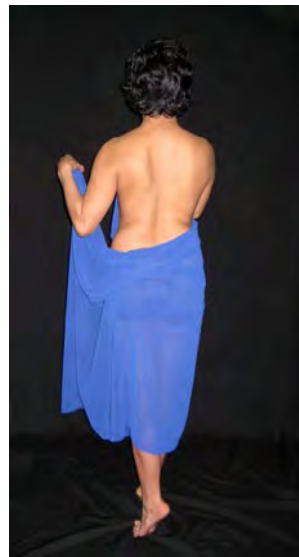


Figura 4.5

Para el entorno me pareció más acertado situarla en un exterior y la he puesto desnudándose para nadar en un lago, por considerarlo más sensual, además de proclive a convertir la acción de observar en un mero accidente, reduciendo así la confrontación moral que implica un “voyeur de costumbres”, es decir, uno que lo hace como fuente exclusiva o predominante de placer sexual.

Para la dramatización me he basado en la pose de la modelo de la Figura 4.5, al observar la fotografía uno puede ver que ella, a pesar de estar caminando es pasiva, en este sentido nosotros como observadores ejercemos una acción sobre ella, observarla, ya

tenemos el “sujeto” de nuestra oración, nos hace falta redactar bien el “predicado”, Abraham Moles¹² afirma que para la construcción del discurso icónico (de una imagen, en nuestro caso la ilustración) uno puede realizar una traducción del lenguaje escrito al visual, esto no es muy distinto de lo que plantea A. Dondis en su libro *La sintaxis de la imagen*,¹³ hay que elegir bien las “palabras” para decir exactamente lo que queremos, esto sería, en el lenguaje escrito, como la elección correcta de elementos para describir las acciones del sujeto en una oración, por ejemplo: La mujer estaba siendo observada mientras se desnudaba para nadar en el lago, es una oración que describe bien el boceto final (Figura 4.6).



Figura 4.6

Teniendo ya el concepto que queremos y una imagen preliminar, se puede comenzar a trabajar en su colocación en la prenda para que cumpla su función como decoración, hay que adaptar la idea que ya tenemos para construir la composición con base en las características del soporte, que mencionaba en el tercer capítulo, antes de comenzar la técnica. La idea original era reducir la imagen a un rectángulo que dejará abierta una “ventana” para enfatizar que jugamos el papel de voyeurs al observar la imagen, dado que los planos empleados en la imagen ya nos sitúan fuera de la escena, como observadores, he optado por únicamente adaptar el encuadre, a partir del boceto final, para centrar más la atención sobre ella, hice un acercamiento que colocaré en todo el frente de la playera, siguiendo la retícula creada a partir de las proporciones de la misma (Figura 3.18), la imagen queda como se muestra en la figura 4.7 y se le puede observar como quedaría sobre la prenda en la figura 4.8.

12. Moles, Abraham A., *La imagen: Comunicación funcional*, México, Trillas, 1991, p78.

13. Dondis, A. Donis, *La sintaxis de la imagen*, Barcelona, México: Gustavo Gili, 2007.

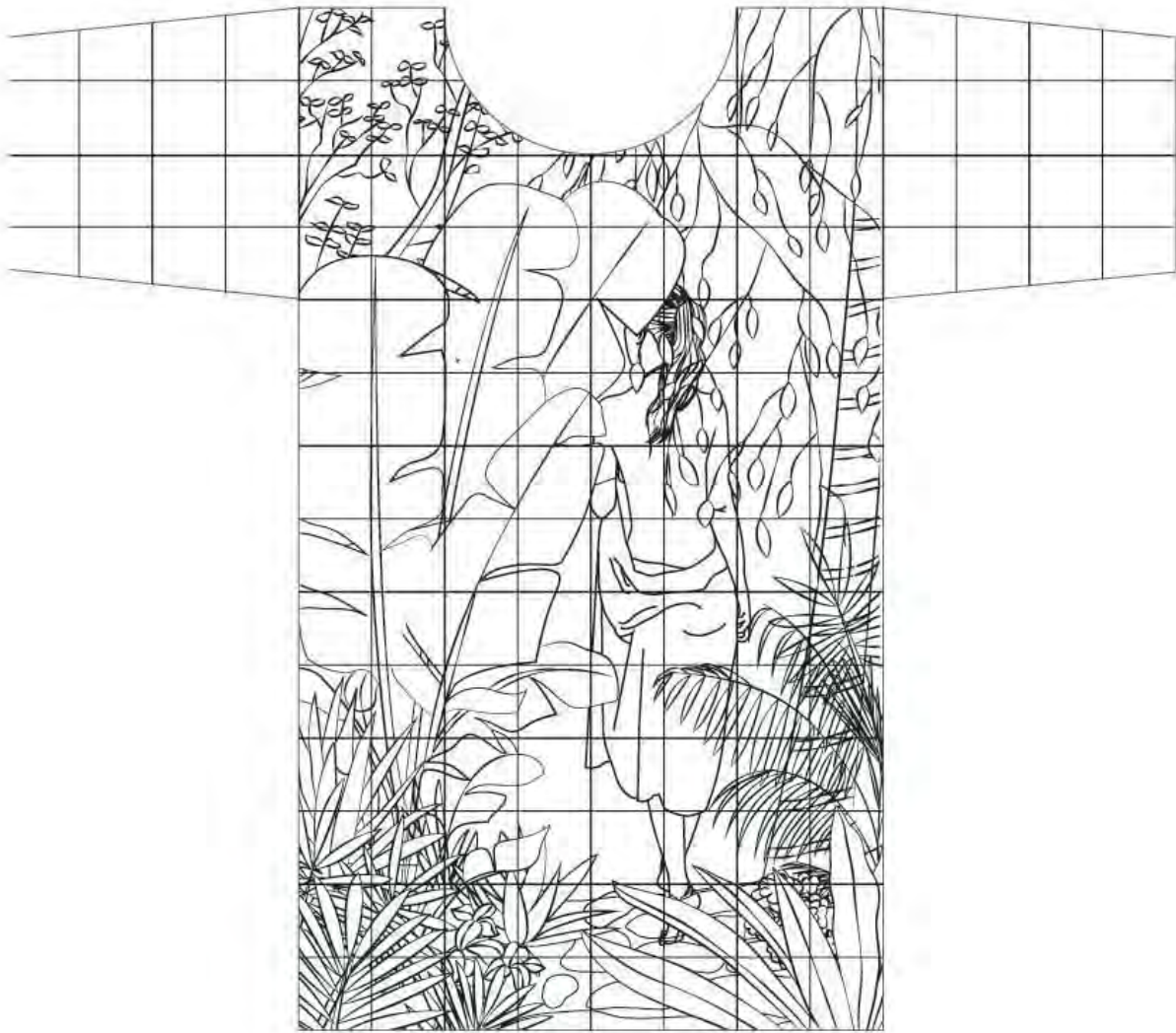


Figura 4.7



Figura 4.8 a



Figura 4.8 b

Fetichismo (hifefilia) y olfato

El fetichismo consiste en el logro de la excitación erótica a través de un objeto, denominado "talismán"¹⁴ que en su categoría denominada hifefilia, radica en la posesión de un objeto ajeno (ropa, cabellos, zapatos, etc.). Para la representación visual de esta situación he seleccionado la corbata para ser el talismán, ya que brinda una representación de posesión de una prenda ajena, por ser casi de uso exclusivo del género masculino. De inicio boceté imágenes de mujeres en dos actitudes distintas, para representar la que tomaría el personaje frente a su talismán: la primera es la adoración (Figuras 4.9 y 4.10) y la segunda es el placer que provoca la posesión de este objeto (Figuras 4.11 y 4.12).



Figura 4.9



Figura 4.10

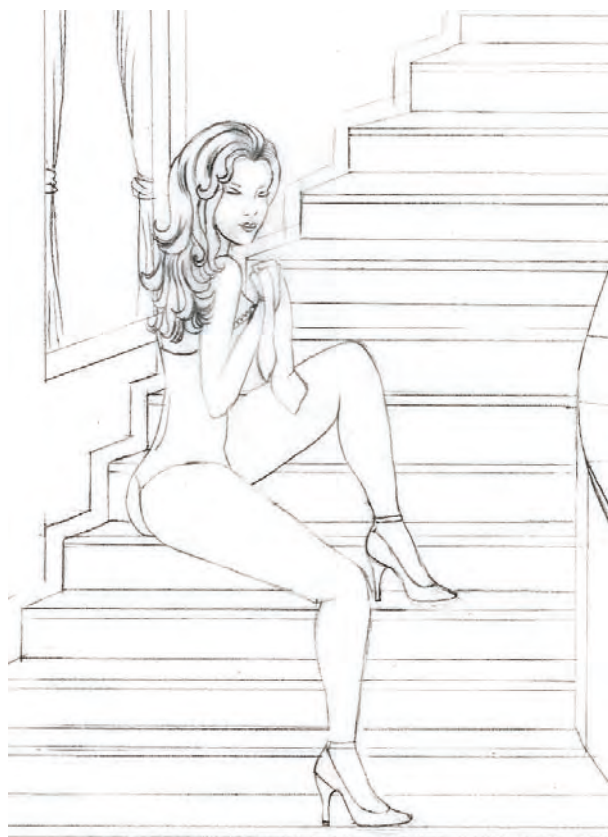


Figura 4.11



Figura 4.12

14.<<http://es.wikipedia.org/wiki/Fetichismo>>.

Me incline por la segunda actitud y he decidido emplear la figura 4.11, que muestra una mujer sentada, sosteniendo entre sus manos la corbata cerca de la nariz ya que al tener las piernas entreabiertas posee una connotación orientada a la excitación sexual del personaje, esto basado en que la mujer tiene que abrir las piernas para permitir la penetración al sostener una relación coito vaginal, por tal razón es frecuente relacionar la excitación sexual femenina con la apertura de las extremidades.

Basándome en esta pose hice tomas fotográficas con modelo para preparar la dramatización (imagen 4.13) y como suele suceder al trabajar de esta forma, encontré un encuadre más interesante de la misma pose, que muestro en la figura 4.14, ya que en esta el cuerpo por la posición de la columna sugiere una curvatura en forma de “S” que va desde la inclinación de la cabeza hasta la cadera y da un toque de sensualidad que suaviza el efecto de la connotación antes mencionada.

Al momento de analizar la imagen de la fotografía, en específico la expresión facial, me di cuenta que no tenía los rasgos ideales para la representación que buscaba conseguir, y aprovechando que no emplearía el rostro de la modelo regresé a la que tenía la chica en el boceto, pues ésta tiene una expresión más acorde a la representación del disfrute, ya que para concentrarnos en los sentidos adicionales a la vista solemos cerrar los ojos, acción que también realizamos al concentrarnos en el placer que produce un olor agradable, así pues la modifiqué obteniendo la expresión facial que muestro en la figura 4.15, que tiene más concordancia con el mensaje.



Figura 4.15

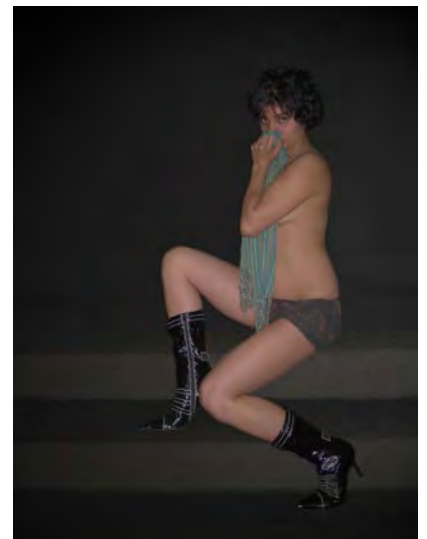


Figura 4.13

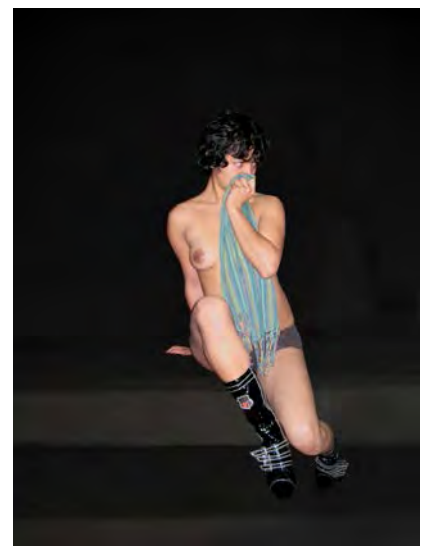


Figura 4.14

Para la creación del boceto final también modifique la vestimenta, ya que ,como mencionaba, mostrar los senos completos genera un problema pues se vuelve exuberante, así pues he cubierto su senos con un sostén, pero para rescatar el grado de desnudez que esta tiene he empleado el contraste entre la vestimenta (en negro sólido) con la piel, que tendrá el blanco de la playera, también he cambiado las características de su cabello para aportar más femineidad al personaje y éste, de igual forma, ira en negro, de tal modo que su piel será el elemento predominantemente claro.

Al buscar la composición terminal para la aplicación en la playera quise parodiar el diseño que hace algunos años tuvo mucha popularidad en el cual una playera considerada informal tenía la impresión de una corbata (prenda generalmente usada con ropa formal), aquí jugando con este concepto he adaptado la pose de la chica para que sostenga entre sus manos la corbata que se supone tendría puesta la persona que utiliza la playera (imagen 4.16), de este modo también fortalezo la asociación¹⁵ que la inclusión de la corbata sugiere de posesión de un objeto ajeno.

La posición y el tamaño de la mujer en la playera responden, en primer lugar, al protagonismo que la imagen femenina debe tener sobre el objeto que en este caso juega también un papel importante como antagonista visual, ya que se interpone en la visibilidad que tiene el perceptor, y lo hace también de modo simbólico al ser el objeto y no necesariamente la persona lo que ella desea poseer.

La composición en la playera responde a la retícula que ya he planteado; como se puede ver en la figura 4.16, ella fue colocada de acuerdo a esta en la playera, con una posición ligeramente hacia la izquierda, creando un desequilibrio para lograr más impacto visual (Figura 4.17).



Figura 4.17



Figura 4.17

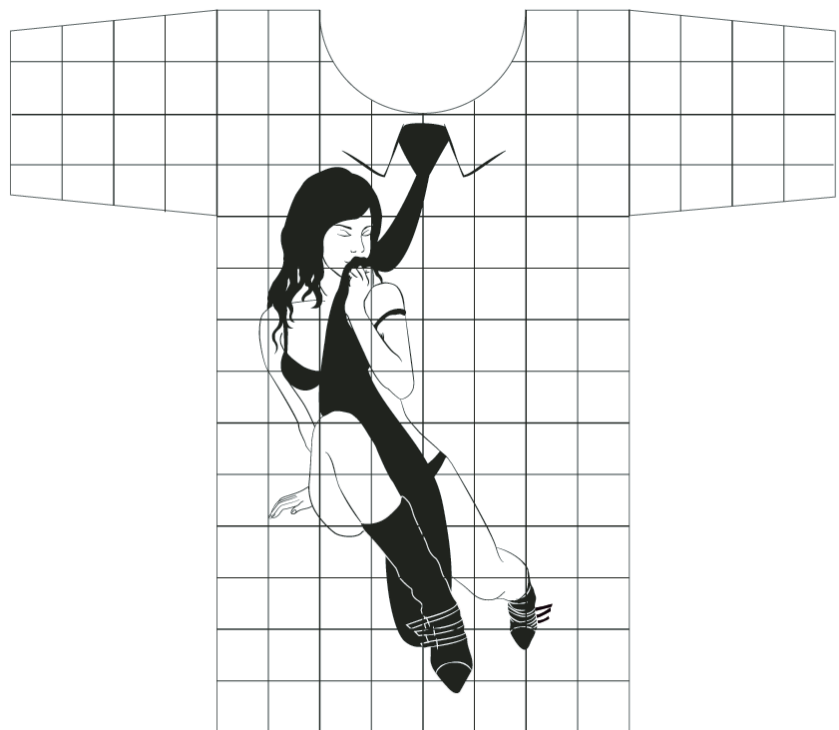


Figura 4.16

15. Barthes Roland, *idem*.

Masochismo (Bondage) y tacto

Masochismo es la denominación que recibe la conducta parafilica que consiste en la obtención de placer, que puede o no ser sexual, al ser objeto de actos de crueldad o dominio,¹⁶ esta evidentemente puede relacionarse al sentido del tacto aludiendo al dolor percibido por el masochista.

Para esta ilustración experimenté primero con varios conceptos, englobados en la subcultura BDSM, denominada así por el acrónimo de las actividades que engloba –bondage, disciplina y dominación, sumisión y sadismo, y masochismo–, en este proceso creativo en particular fue muy necesaria la investigación del tema a partir de textos e imágenes, pues dado mi poco conocimiento previo de esta subcultura requerí adentrarme virtualmente en ella para lograr representarla y transmitirla, como primeras ideas aborde tres vertientes del BDSM:

El bondage (se traduce como ataduras) que implica placer sexual logrado a través del encadenamiento o algún tipo de inmovilización derivada de la sujeción con cualquier tipo de objeto¹⁷ (Figura 4.18).

Con un elemento auxiliar muy representativo del BDSM, en el juego sadomasochista, la denominada “Cruz de San Andrés” (Figura 4.19).

La representación de la sumisión a través del sometimiento mediante la atadura de manos y separación de las piernas (Figura 4. 20).



Figura 4.18



Figura 4.19



Figura 4.20

16. <<http://es.wikipedia.org/wiki/sadomasochismo>>.

17. <<http://es.wikipedia.org/wiki/bondage>>.



Figura 4.21



Figura 4.22

Me inclino por los bocetos uno y dos, que me parecen más acertados para la representación del sometimiento del masoquista, lo que me ha hecho difícil la tarea de alguno, aunque me he quedado con el primero, pues el sentir las ataduras en la piel representa ampliamente el sentido del tacto, lo que no necesariamente ocurre con la otra imagen por sí sola.

Al igual que en todos los bocetos previos éste tiene errores, derivados de la representación rápida que se hace en las primeras ideas, que sin embargo en este caso me obligaron a cambiar la pose, pues si se observa detenidamente esta es una posición imposible de lograr por el cuerpo humano y no es la ideal dadas las restricciones que genera el borde (que existe entre lo pornográfico y lo erótico) pues resulta ligeramente explícita y agresiva. Así pues, he optado por mostrar de lado al personaje, lo que le hace lucir más indefensa y recatada (Figura 4.21).

Como podemos ver en la figura 4.22, que es la resultante de las tomas con modelo el último boceto (Figura 4.23) también tenía problemas con la posición del cuerpo en el torso ya que ésta es demasiado incómoda y se requiere mucha flexibilidad y fuerza para lograrla, de manera que este caso resulta un buen ejemplo de lo conveniente que es el uso de modelos para representar la figura humana, aunque se trate de un nivel medio de iconicidad, principalmente en posiciones poco comunes como ésta. Ya en el boceto final de la pose (Figura 4.23) se observa la coincidencia con un cuerpo más proporcionado y mejor articulado.

Mediante la investigación, principalmente de información visual, encontré que gran parte del estímulo que obtiene la contraparte (la pareja o ejecutante de las ataduras) es a partir de la observación: a) del poder que ejerce sobre el sumiso, y b) por la apreciación (observación) de su “obra”, pues en bondage es valorada la belleza de los nudos realizados y de las cuerdas que se emplean. Por lo anterior considero necesario crear un ambiente estético y además pulir el concepto, dándole un estatus de elegancia que pocas veces se atribuye al masoquismo, para ello sugerí un ambiente sofisticado, por lo cual coloque al personaje atado sobre un piano, haciendo uso de la asociación que se logra a partir de un objeto, pues éste es sinónimo de lujo, elegancia y de un alto nivel cultural (en nuestro país).

Esta idealización de la fantasía de unas ataduras estéticamente bellas dentro de un ambiente de las mismas características, se verá reforzado por el estilo clásico de las zapatillas que emplee, que además puntualizan la femineidad del personaje, acompañadas por unas ligas que reafirman la connotación sexual de la situación, que siendo vista desde arriba genera una jerarquía superior del observador que juega el papel activo, como “ejecutor de las ataduras” y sádico sobre el personaje o masoquista.

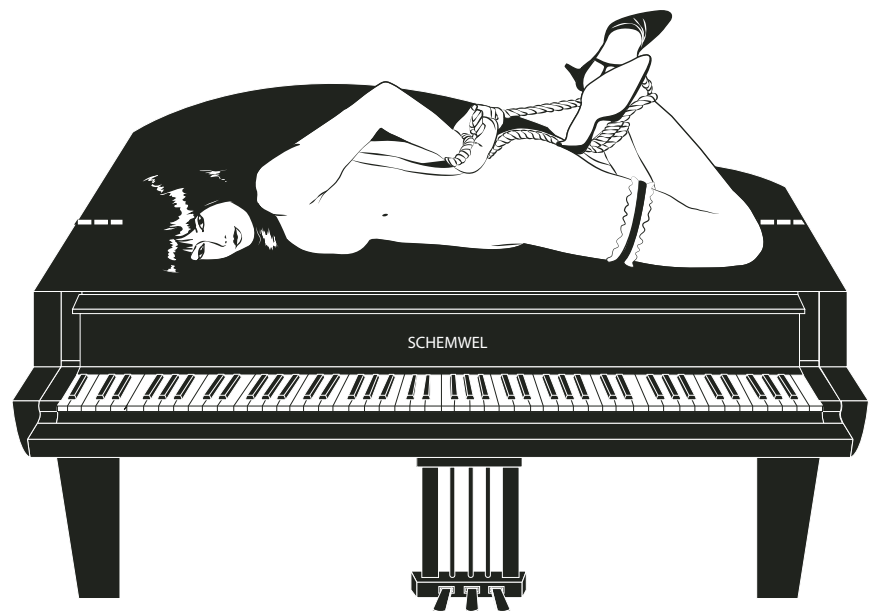


Figura 4.23

Como podemos observar en la imagen final (figura 4.24), la forma del piano da la pauta para colocarla en la retícula, pues ésta casi tiene la de un rectángulo, que he colocado en la parte superior de la playera; ya que, como mencionaba en el capítulo anterior, es la más visible en la prenda y podemos comprobarlo al observarla ya en el montaje de la imagen (Figura 4.25).

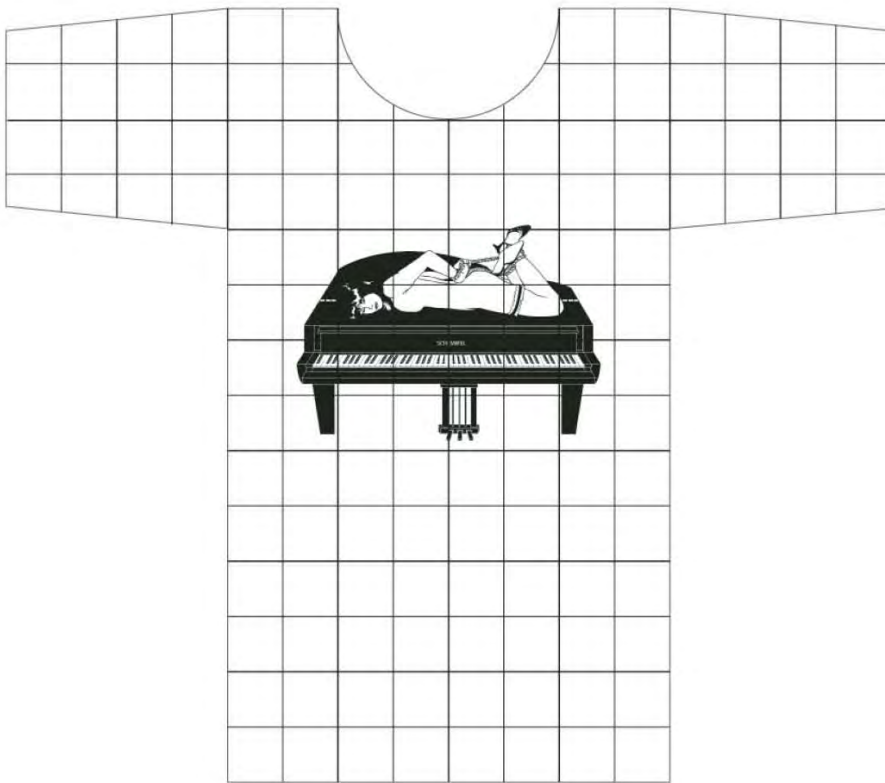


Figura 4.24



Figura 4.25



Figura 4.25

Fetichismo (Sitofilia) y gusto

Considerada también un tipo de fetichismo, la sitofilia consiste en la excitación sexual derivada de la inclusión de alimentos en el juego erótico, también conocida en un nivel de actividad casual como “*food play*”, se traduce en una perfecta conjunción del erotismo con el sentido del gusto ya que está implícita la relación que guarda con éste, en acciones como retirar la comida con la boca o la lengua y comerla, este concepto lo he manejado mediante una disciplina denominada *wet and messy* (que se traduce como *mojado y desordenado*) que radica en la idea de derramar líquidos o comida sobre alguien y se practica entre otras cosas con alimentos, como chocolate líquido, natillas, crema batida, etcétera.

De inicio he buscado una pose a partir del concepto *food play*, con una mujer en una cocina, untándose comida (Figura 4.26), otra recostada saboreando una fresa y siendo bañada con chocolate líquido (Figura 4.27), y finalmente dos mujeres en un *food play* (Figura 4.28).

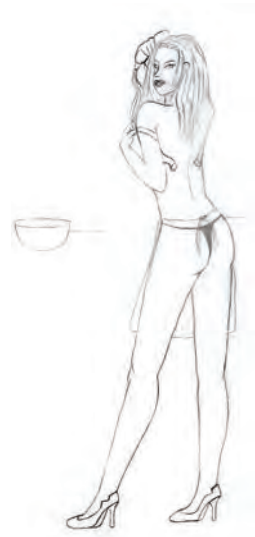


Figura 4.26



Figura 4.27



Figura 4.28

Posteriormente, con la finalidad de explorar el campo de la ropa mojada como en los “concursos de playeras mojadas”, recordé un concepto muy popular en el erotismo: *las lolitas*, éstas son adolescentes o niñas que recientemente han alcanzado la edad de consentimiento sexual, o que parecen ser más jóvenes de ésta edad¹⁸ y por tanto aparentan ser precoces ante la sexualidad y el erotismo; sin adentrarme en cuestiones

18. <[www.wikipedia.org/wiki/Lolita_\(término\)](http://www.wikipedia.org/wiki/Lolita_(término))>.

moralistas, he de decir que son muy buena idea para la representación erótica de nuestro tiempo, ya que la belleza actual, con base en la moda, que está definida por rasgos infantiles (de juventud) y andróginos (por la delgadez que caracteriza a modelos y actrices, que son las que dictan los cánones de belleza de la cultura global). Tome estas ideas y la pose de la figura 4.36 de la escatología telefónica para crear una *Lolita* saboreando provocativamente una paleta, que evolucionó en una chica empapada y cubierta de comida, representando la idea de *wet and messy* (Figura 4.29), respeté la idea de que estuviese mirando al espectador, pues ésta supone un reto al mismo y por tanto una provocación, el cabello mojado responde de forma literal al concepto planteado, aunque por estética luce como mojado (húmedo) por agua y no por comida, del mismo modo que el cambio que hice, de la ropa mojada a lencería, que es además, para lograr una reafirmación visual, menos exuberante, de la idea erótica de la ilustración gráfica (Figura 4.30). Para el boceto final he mejorado la proporción y los rasgos a partir de la fotografía con la modelo (Figura 4.31), y para respaldar mejor la idea del sentido del gusto muestro de fondo un refrigerador abierto y lleno de comida, la pose paso de estar comiendo una paleta a chuparse el dedo como si acabara de retirarse un poco de comida del cuerpo y la estuviera probando (Figura 4.32).



Figura 4.29



Figura 4.30



Figura 4.31



Figura 4.32

La chica del boceto final se dejará entrever sobre la playera por medio de una mancha que representará un embarradura, como si la persona que la porta hubiese participado en un *food play* (Figura 4.33). La morfología de esta mancha obedece a dos factores, la parte de la imagen que dejará ver a través de ella y el concepto de mancha que tiene la gente, esto último debido a que en objetos tan abstractos como éste ocurre al igual que en las imágenes sonoras, éstas son representadas mediante un sonido que no necesariamente es el que se produce naturalmente por un objeto o cosa determinada, sino por el que mentalmente nos remite a él. Así pues, la forma de mancha corresponde a la más común representación de ésta, ligeramente alargada, con múltiples bordes redondeados y disparejos, algunos de los cuales sobresalen con pequeñas manchas aledañas. A través de esta forma se dejará entrever la pose, las embarraduras de comida y lo suficiente para dar a entender que hay un refrigerador abierto a espaldas de ella. La ilustración final queda como se puede observar en la figura 4.33, y en la figura 4.34 podemos observarla ya en la prenda.



Figura 4.34



Figura 4.34

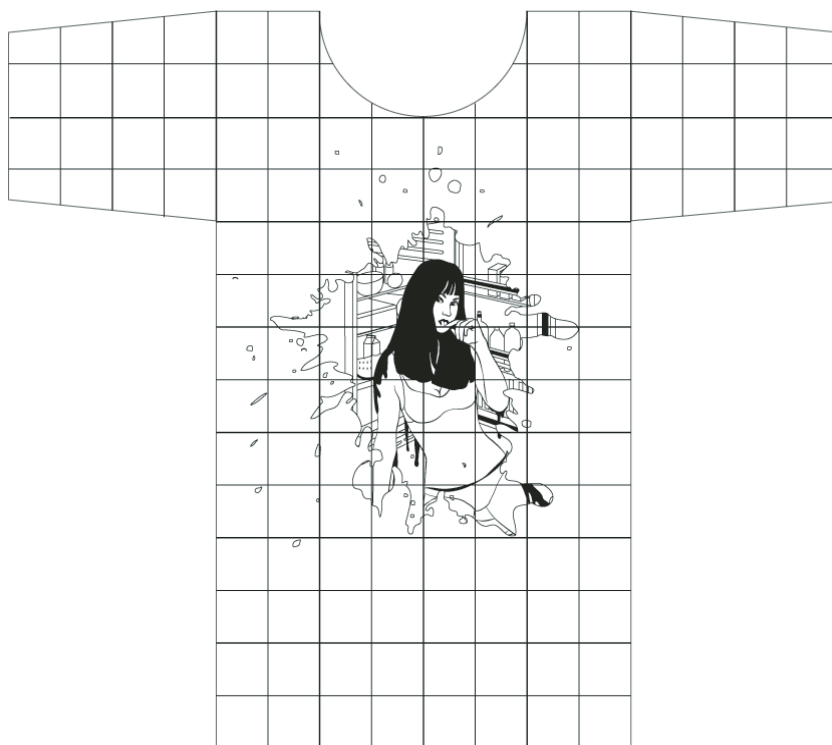


Figura 4.33

Escatología telefónica y oído

Consiste en el logro de la excitación sexual mediante la realización de llamadas telefónicas de alto contenido sexual u obsceno a extraños,¹⁹ como en el caso de la vista, la relación que guarda el uso de un aparato telefónico con el sentido del oído es evidente; ahora pues, lo interesante es el reto de dar a entender esta situación de manera visual, ya que están asegurados tanto el papel del teléfono como la imagen femenina en la ilustración, falta definir la representación del efecto que produce la acción en el personaje, que he descrito en las primeras ideas con tres opciones: la primera muestra una pose típica de llamada telefónica que evidencia interés, subrayada por unos labios entreabiertos y una ceja ligeramente levantada que se traduce en embeleso y fascinación (Figura 4.35), en la segunda se muestra la provocación, la mirada hacia el espectador es retadora y una sonrisa sugiere la travesura que implica la llamada, que se remarca con la cabeza ladeada (Figura 4.36), en el tercer boceto la acción de hablar por teléfono, una sonrisa tímida, los ojos cerrados y las piernas ligeramente tensadas con una mano entre ellas sugiere excitación (Figura 4.37).



Figura 4.35



Figura 4.36



Figura 4.37

19. <http://mx.geocities.com/lady_crowland/parafilias.htm>.

En este tipo de ilustración es especialmente importante el lenguaje corporal, así pues para representar las emociones en una ilustración se deben considerar varios aspectos que son más relevantes que otros, especialmente en dibujos de un nivel icónico medio como los son éstos. El rostro, las manos y la pose misma, son claves en los tres bocetos. He elegido el primero, en él tenemos a una chica recostada hablando por teléfono sin gran definición, así que, como decía, es importante resaltar el lenguaje de su cuerpo y crear un entorno para reforzarlo. Con este fin he refinado el boceto para la sesión fotográfica con la modelo (Figura 4.38) y obtuve la imagen para realizar la dramatización (Figura 4.39) y así obtener una pose final (Figura 4.40).

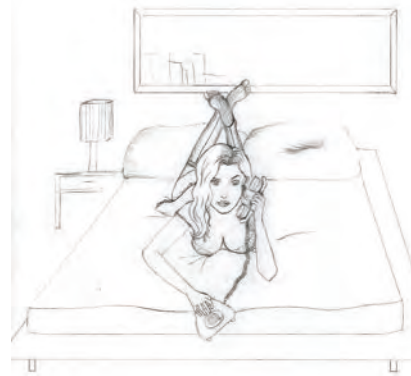


Figura 4.38



Figura 4.39



Figura 4.40

En esta ilustración, como en las demás, no busco sólo producir un efecto erótico en el observador, sino también pretendo crear una representación de la potencialidad erótica del personaje, es decir, ella fungirá como persona productora de excitación por elección racional y sujeto capaz de poseer expresión sexual, no sólo como objeto de deseo, por lo que es importante recalcar que el personaje es la parte activa en esta situación, para dar a entender esto me baso en las populares novelas gráficas de tintes eróticos y aventuras que se producen en nuestro país, tales como *El libro vaquero*, *Amores y amantes*, etcétera, a través de elementos como los globos de diálogos, rodearé el encuadre con un rectángulo y haré lucir la imagen como una viñeta extraída de una de estas publicaciones.

Ya he asentado las características de la imagen de la que me valgo para obtener el encuadre final para la viñeta. El reto ahora, con este nuevo giro que ha dado la ilustración, consiste en encontrar un texto adecuado para representar un diálogo que represente las características de esta parafilia (el hecho de estar hablando con

un extraño acerca de temas eróticos), para ello he consultado textos del Marqués de Sade y he extraído tres opciones que emplea como diálogos entre sus personajes de su obra *Filosofía en el tocador*.

- a) [...] ¡Cómo me enardece todo eso! ¡Voy a enloquecer! [...]²⁰
- b) [...] no hay ningún goce en el mundo que sea preferible a éste [...]²¹
- c) [...] no te quedes así con las manos juntas; ¿no tienes en qué ocuparlas? [...]²²

La tercera frase me parece la que mejor refleja una situación de provocación por parte del personaje, pues incita a una acción que en el contexto de la misma se refiere a cualquier acción orientada al uso sexual que se puede dar a las manos como tocar, mancillar o masturbarse, ésta última es la que voy a emplear para la ilustración, en su contexto hará referencia a la incitación por parte de nuestro personaje a su interlocutor para realizar la acción, la chica sugeriría a éste que lo haga mientras ella le habla. Para el encuadre final he reducido los elementos para no distraer al espectador de la chica y para reforzar la idea de viñeta, ya que en éstas frecuentemente emplean tomas cerradas con el mismo fin: hacer énfasis en los personajes, así pues la imagen final podemos observarla ya colocada en la retícula y en la playera (Figuras 4.41 y 4.42).

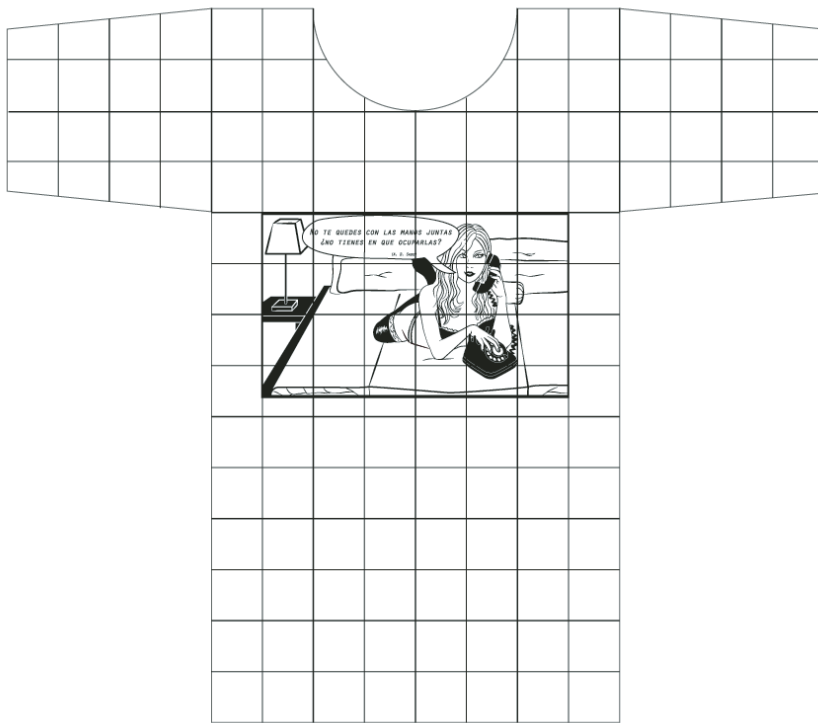


Figura 4.41



Figura 4.42



Figura 4.42

20. Sade, Marqués de, *Filosofía en el tocador*, Madrid, Ediciones Escolares, Edición Integra, 1999, p.5.

21. *Op. Cit.*, p.30

22. *Op. Cit.*, p.51.

COMPROBACIÓN

Antes de abordar el último paso y de acuerdo a lo que se plantea en la metodología proyectual²³ previo a llevar a cabo cualquier proyecto se debe realizar una verificación (comprobación) para evitar trabajar en vano, desperdiciar material y elevar los costos de la realización del proyecto.

En este caso, mediante el uso de los bocetos finales que ya he realizado, hice un sondeo (que acorde a las posibilidades que se tengan puede ir desde pedir la opinión a quien se tenga a la mano, hasta un exhaustivo estudio de mercado), con la aplicación de una encuesta a una muestra representativa del target, mediante un cuestionario, aplicado en entrevista por lugar de concurrencia a personas asistentes a tres puntos de la zona sur de la ciudad, que para efectos prácticos de la presentación de resultados denominaré Ciudad Universitaria, Plaza INN y parque público, a sujetos de un rango de edad 16 a 49 años, con el fin de conocer la *opinión* de las imágenes para prever cualquier falla que pudiera existir respecto al borde que plantee en la concepción del tema (entre el erotismo y lo considerado por el perceptor como pornográfico) y la aceptación del producto. Los detalles de esta indagación los incluyo en el Anexo “Encuesta” localizado al final de este trabajo.

A partir de este estudio obtuve los siguientes resultados:

Las imágenes efectivamente son vistas como eróticas, ya que 73% de los encuestados las percibieron de este modo y el proyecto es viable, dado que 60% de la muestra considero la opción de adquirir la prenda y 30% de los que no la comprarían, afirmaron que sería principalmente porque no es el estilo de ropa que usan.

A estos resultados debo añadir, dado que las respuestas de una encuesta nunca son una representación absoluta de la opinión de los sujetos (pues son dependientes de muchísimas variables difícilmente controlables), que siempre es necesario tomar acciones para asegurar el éxito de un producto, realizando una correcta planeación del lanzamiento del mismo, con publicidad adecuada para el target, haciendo una elección correcta de puntos y horarios de venta, así como teniendo un buen control de la calidad del producto. Todo lo anterior como refuerzo de la aceptación mostrada y como incentivo para inducir un incremento que lo haga superar los pronósticos arrojados por el estudio realizado.

23. Bruno Munari, *passim*.

Conclusiones

La falta de apertura que tiene la mayor parte de la sociedad mexicana para tratar de manera cotidiana al erotismo, como ya he señalado durante este trabajo, nos ha llevado a restringirlo al ámbito privado y al juego de su semiexistencia, la vergüenza al nombrarlo y la culpa al vivirlo; todo eso nos ha hecho limitar uno de los eventos más ricos en sensorialidad de nuestras vidas, de ahí mi interés por encontrar un modo de fomentarle y contribuir de alguna manera para preservar la sensibilidad que nos transforma en seres ampliamente dotados capaces de percibir una gran gama de sensaciones.

A través de la creación de cinco ilustraciones gráficas para una colección de diseños de playeras, me propuse, como objetivo principal, fomentar al erotismo como una actividad positiva y natural dentro de la sexualidad humana. Esto lo he logrado con la manipulación del lenguaje visual mediante la figura femenina erótica, creando alegorías del erotismo por medio de la unión de los cinco sentidos y parafilias acordes a cada uno.

Mediante los elementos que hacen que una imagen femenina sea considerada erótica, como el lenguaje corporal o la belleza física, teniendo en cuenta las partes del cuerpo que nuestra sociedad considera aptas para mostrar y el modo en que es permitido hacerlo, reforzando las características de cada parafilia y la connotación erótica con elementos significativos, como lencería, comida, cuerdas, entornos o elementos visuales, apelando al modo en que aprendemos las conductas sociales, más específicamente la observación, obtuve ilustraciones gráficas que de acuerdo a la encuesta realizada son consideradas como eróticas por más de 70% de los encuestados.

También logré asentar de forma acertada, con la aplicación de la metodología proyectual propuesta por Bruno Munari y el trabajo teórico del ilustrador Andrew Loomis, una metodología competente para la creación de imágenes comunicantes, aplicándola al proceso de planeación y creación de estas ilustraciones gráficas, puntualizando en un proceso detallado la importancia del conocimiento del tema y el verdadero significado de la creatividad como una manera inteligente, innovadora de resolver problemas; ya que como planteé durante este trabajo, la tarea del ilustrador no se trata de inspiración o trabajo artesano, es producto de un trabajo de conceptualización, conocimiento del tema y manejo del lenguaje visual.

He expuesto, fuera de los objetivos iniciales, un fundamento para el diseño en playeras; al momento de presentar las características particulares de esta prenda como soporte, he manejado sus particularidades, como lo es lo que denomino su *dinamismo situacional* y su *condición de tridimensionalidad*, la primera haciendo referencia al modo de percibir cualquier mensaje inserto en la prenda, que consiste en dos momentos: al ser exhibida para venta y cuando es portada por una persona cuya actividad o movimiento le da un tiempo de legibilidad menor respecto a cuando es presentada en un escaparate o anaquel, en el que posee un mayor tiempo de percepción; y la segunda que hace referencia al volumen aportado por el cuerpo humano al usarla, dando una condición de tridimensionalidad artificial o adquirida que afecta sus partes visibles y sus puntos focales, de acuerdo a esta última característica también he realizado el diseño de una retícula, basándome en las medidas de la prenda, que corresponden a partes del cuerpo humano y conservan una relación aurea, dando proporciones y puntos armónicos al utilizarla.

Como profesional de la ilustración gráfica también me ha sido imprescindible exponer, acorde a mis principios y obligaciones, una definición más apegada a la realidad actual de la profesión, ya que ocurre que las definiciones que se encuentran comúnmente en publicaciones de la materia corresponden a la descripción de la imagen que acompaña al texto y lo apoya en la transmisión de su mensaje, siendo que esto, inclusive, ya ha sido superado por la evolución misma de las imágenes que cada vez dependen menos de un texto para comunicar. La ilustración gráfica es, de acuerdo a lo planteado: *La imagen visual (fija) resultante de un proceso de conceptualización realizado por un profesional de la imagen, con la finalidad de comunicar una información concreta y establecer un proceso comunicativo controlado.*

También, conforme a lo que ya he planteado sobre la actualidad de la profesión, la he mostrado en su contexto histórico, de una manera que considero innovadora, replanteándola desde sus orígenes en un génesis a la par de la comunicación visual (y la historia de la imagen misma) desde las cuevas prehistóricas de Lascaux y Altamira, seguida de una evolución conjunta con la comunicación escrita, que sucede con la creación y evolución de los primeros libros ilustrados, bifurcándose con la invención de los primeros métodos de impresión, alejándose gradualmente primero en tiempo de creación y persona creadora, después en matrices y métodos distintos de impresión, y por último en los papeles que juegan al aparecer unidas, para presentar por último los avances que trajo consigo la división que se inició con la Bauhaus entre arte y arte aplicado, mostrando finalmente su cara actual que se puede describir con el término diversidad y sigue apuntando a la especialización de los profesionales.

Asimismo presenté lo que considero una base para el futuro asentamiento de una Teoría más enfocada a la profesión del ilustrador que sustente el trabajo práctico; expuesta mediante la utilización de los componentes básicos de un proceso comunicativo (emisor, receptor, código, canal, etc.) como receptáculo de las bases de comunicación, lenguaje y percepción visuales, necesaria para hacer de la especialidad una profesión aún más formal y por tanto más respetada.

Anexo | Encuesta

“Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.”¹ “[...] consiste en una interrogación que se le realiza a un grupo determinado de personas, [...]”² Para lo cual suele hacerse uso del cuestionario, que a su vez es una serie de preguntas elaboradas específicamente para el estudio, formulándose éstas a una cantidad de personas representativa de la porción de población que nos interesa inspeccionar, en este caso el público al que va dirigido el mensaje o target.

1. Planificación de la encuesta

El primer paso en la planificación de una encuesta es determinar los objetivos de la realización de ésta,³ en nuestro caso es la opinión que den de las imágenes para prever cualquier falla que exista en la medida que he tenido acerca del borde (entre el erotismo y lo considerado por el perceptor como pornográfico) que plantee en la concepción del tema y la aceptación del producto por parte de nuestro target, entonces:

La información que se requiere recabar es la referente a la opinión del consumidor respecto a las imágenes por sí mismas y de la aceptación del producto.

El siguiente paso es determinar de quién se quiere recabar esta información, para lo cual hay que definir al tipo de persona al que irá dirigida la encuesta,⁴ pues estos datos delimitan las características de las personas que se van a encuestar, el lenguaje que requieren las preguntas del cuestionario, así como las zonas de aplicación del estudio.

Como he planteado en el tercer capítulo, el público meta son jóvenes y adultos jóvenes de entre 16 y 49 años, de cualquier género, casados o solteros con o sin hijos, de clase social media a alta-baja, con cualquier ocupación, con estudios universitarios o preuniversitarios (bachillerato, preparatoria, cch, etc.). El lenguaje que se maneje no es problemático dado que el target tiene un nivel de estudios que permite emplear lenguaje medianamente complejo, sin embargo, se debe evitar el uso de cualquier tecnicismo o lenguaje especializado.

El tercer paso en la planificación de la encuesta es la planeación de las preguntas, éstas deben ser elaboradas de acuerdo a la información que requerimos conocer, es oportuno en este proceso considerar dos factores de suma importancia: el tiempo del que se dispone para realizar la encuesta y los recursos disponibles para llevarla a cabo, de acuerdo a éstas se delimitan factores como el tamaño de la muestra, el número de preguntas y el modo en que se lleva a cabo la encuesta.

Ya que no se cuenta con un gran presupuesto o muchos recursos, la muestra será pequeña, de aproximadamente cien casos, el estudio se realizará en la calle con los asistentes a determinadas zonas de la ciudad y por lo mismo se contará con poco tiempo para realizar las preguntas, por lo que estas únicamente serán cinco.

Para diseñar las preguntas hay que identificar las aéreas de contenido y los indicadores necesarios para éstas. Primero es imprescindible controlar las características que tienen los encuestados, por lo que manejaré dos preguntas de control acerca de la edad del encuestado y su grado de estudios, para después buscar la opinión acerca de las imágenes y finalmente recabar la información de la aceptación del producto. Manejaré los dos tipos de preguntas que hay: **cerradas**, en éstas las respuestas que se den estarán controladas por los parámetros que se consideren necesarios para obtener la información requerida y ofrecidas como opciones múltiples, y **abiertas**, en ellas el encuestado puede responder libremente y se puede recabar la opinión di-

1. <http://es.wikipedia.org>.

2. <http://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta>.

3. <http://www.crecenegocios.com/como-hacer-una-encuesta>.

4. Rojas Tejada, Antonio J., *Investigar mediante encuestas: Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*, p. 123.

recta del sujeto, aportando opciones que podrían haber sido pasadas por alto en las preguntas cerradas.

Es importante que tanto las preguntas como las opciones para contestarlas sean claras y concisas, se debe evitar “dirigir las respuestas” a través de la redacción de los cuestionamientos. Es recomendable echar un vistazo a otras muestras y observar la redacción de preguntas similares, evitar el uso de abreviaturas y utilizar lenguaje convencional pero no coloquial, también se debe tener cuidado con palabras y frases estereotipadas pues éstas pueden producir respuestas prejuiciosas.⁵

El cuestionario constará de las siguientes partes:

- a) Preguntas de control: edad y grado de estudios.
- b) Opinión de las imágenes: calificación de la imagen.
- c) Opinión del producto: ¿la usaría?, ¿la compraría?

El borrador del cuestionario queda de la siguiente forma:

En la siguientes preguntas elija una opción

1. ¿Qué edad tiene?

Entre 16 y 19 _____
entre 20 y 29 _____
entre 30 y 39 _____
entre 40 y 49 _____
más de 50 _____

2. ¿Qué nivel de estudios tiene?

Primaria _____
Secundaria _____
Preparatoria _____
Carrera técnica _____
Universidad _____
Maestría o posgrado _____

3. ¿Cómo calificaría la imagen en la playera?

Es erótica _____
Es pornográfica _____
Otra _____

4. ¿Usaría una playera con esta imagen?

Si _____
No _____
Razones por qué _____

5. Partiendo de la base de que el precio y calidad de la playera le parecieran aceptables ¿Qué probabilidad hay de que la compre?

La compraría sin dudar _____
Lo pensaría para comprarla _____
No la compraría _____

Como cuarto paso se hace una revisión del cuestionario, Antonio Rojas Tejada en su

5. Rojas Tejada, Antonio, *Investigar mediante encuestas: Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*, Madrid, Editorial Síntesis, 1998, p. 131.

libro, *Investigar mediante encuestas*⁶ plantea que es importante realizar una revisión de los cuestionamientos con base en las siguientes preguntas:

- Contenido:** ¿Es necesaria la pregunta?
¿Son necesarias más preguntas sobre la cuestión?
- Redacción:** ¿Es necesario concretar más la pregunta?
¿Se podría expresar de un modo más claro?
¿Puede tener varias interpretaciones?
¿Presenta algún sesgo o prejuicio?
¿Las alternativas son exhaustivas?
¿Se solapan las alternativas de respuestas?
- Ubicación:** ¿Está situada en el lugar adecuado?
¿Pueden influir las preguntas precedentes?

Al aplicar estos interrogantes al borrador de cuestionario ya mostrado encontré que:

La primera pregunta podría ser respondida más fácilmente si fuera una pregunta abierta, ya que es más sencillo responder: tengo 26 años, que pensar y buscar en que rubro de la escala entra su edad; sin embargo para la segunda, referente a los estudios, por la gran gama de posibilidades podría dificultar innecesariamente la codificación de los datos por lo cual sólo cambiaré la redacción para hacer la pregunta más clara de: ¿Qué nivel de estudios tiene?, a ¿Cuál es el último grado de estudios que cursó?, el tercer cuestionamiento me pareció correcto, por lo que no le he modificado, no así con el cuarto que presenta un sesgo pues al preguntar: ¿Usaría una playera con esta imagen? se da por sentado que alguien más no lo haría o que hay algo negativo en usarla, además busca recabar información similar a la de la siguiente pregunta, pues si alguien está dispuesto a adquirir una prenda generalmente, es porque va a usarla, por lo que las he fusionado y emplearé su lugar para incluir una opción que ayude a recabar la opinión directa de los encuestados de sus razones para comprar o no la prenda.

Con las modificaciones mencionadas el cuestionario queda del modo siguiente:

En la siguientes preguntas responda o elija una opción

1. ¿Qué edad tiene? _____
2. ¿Cuál es el último grado de estudios que cursó?
- | | | | |
|--------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| Preparatoria | <input type="checkbox"/> | Carrera técnica | <input type="checkbox"/> |
| Universidad | <input type="checkbox"/> | Postgrado | <input type="checkbox"/> |
| Otra | <input type="checkbox"/> | | |
3. ¿Cómo calificaría la imagen?
- | | |
|-----------------|--------------------------|
| Es erótica | <input type="checkbox"/> |
| Es pornográfica | <input type="checkbox"/> |
| Otra | _____ |
4. ¿Usaría una playera con esta imagen?
- | | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |
- ¿Por qué? _____
5. ¿Compraría esta playera?
- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| La compraría sin dudar | <input type="checkbox"/> |
| Lo pensaría para comprarla | <input type="checkbox"/> |
| No la compraría | <input type="checkbox"/> |

⁶ Rojas Tejada, Antonio, o.p. cit. 138.

2. Realización de la encuesta

La encuesta será realizada en tres diferentes puntos de la zona sur de la ciudad:

- Ciudad Universitaria, en los alrededores de la Biblioteca Central.
- Plaza INN, ubicada en Insurgentes Sur 1971, colonia Guadalupe Inn.
- El parque público arboledas “Chucho Monge”, cercano al colegio de bachilleres Plantel No. 20 “Del Valle” y la Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico.

Por encuestadores que entregarán el cuestionario impreso con una de las cinco ilustraciones y la misma como diseño de la playera de la colección, los encuestadores podrán disipar cualquier duda que surja durante la entrevista.

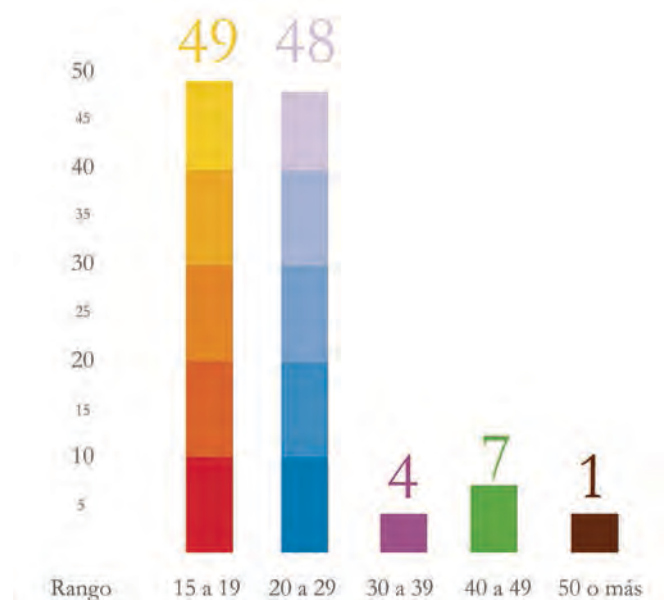
3. Análisis de los datos recabados

Para realizar el análisis de los datos obtenidos estos se codificarán con la finalidad de hacerlos más manejables, ya codificados se vacían en una matriz⁷ que facilita el recuento de respuestas y la obtención de porcentajes, en caso de tener preguntas abiertas se crean categorías que permitan clasificar las respuestas respetando la información,⁸ si se quiere obtener datos más detallados se inicia un análisis de la relación entre variables que permite encontrar todas las influencias que existan respecto a las necesidades de la investigación, y finalmente se hace la presentación de los resultados.

4. Presentación de los resultados

Con el objetivo de conocer *la opinión del consumidor* respecto a las imágenes elaboradas para una colección de playeras eróticas y la previsión de *la aceptación del producto*, se ha buscado analizar a personas asistentes a tres puntos de la zona sur ciudad, que para efectos prácticos de la presentación de resultados denominaré Ciudad Universitaria, Plaza INN y Parque público, de un rango de edad entre 16 y 49 años, mediante un cuestionario aplicado en entrevista por lugar de concurrencia.

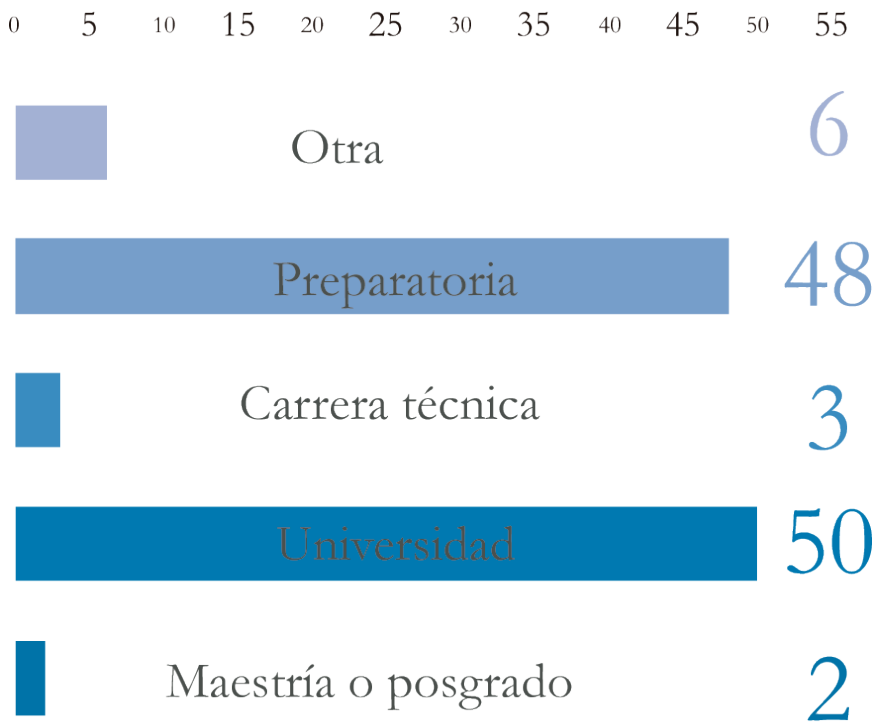
El rango real de edad de los encuestados fue de 15 a 53 años, con una frecuencia mayor en el rango de 15 a 29 años.



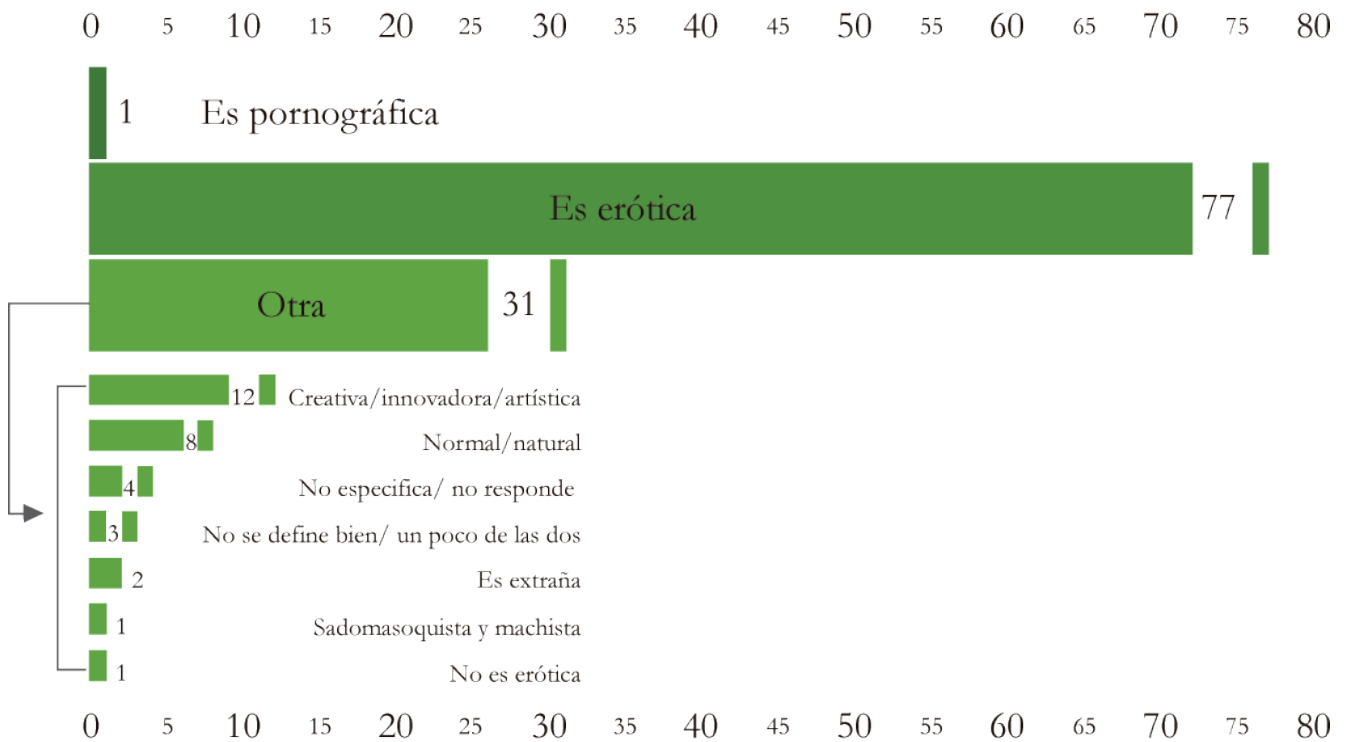
7. Martínez Olmo, Frances, *El cuestionario: un instrumento para la investigación en las ciencias sociales*, Barcelona, 2002, p.29.

8. Lininger, Charles A., *La encuesta por muestreo: Teoría y práctica*, México, Compañía editorial continental, 1978, p.281.

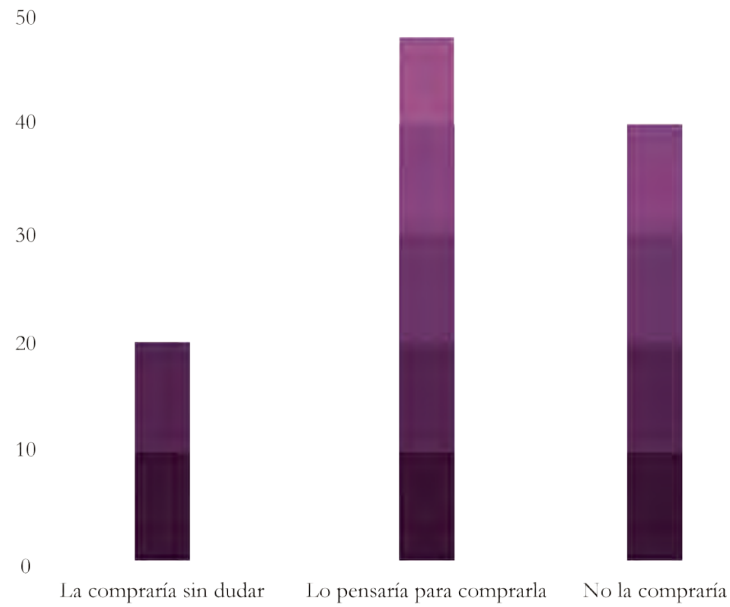
La frecuencia de los grados de estudios de los sujetos de la muestra es mayoritaria en los casos de preparatoria y universidad.



La consideración de las imágenes como eróticas es del 71% contra un 1% las considero pornográficas y un 28% que las considero de otra forma.



El porcentaje en la aceptación del producto queda en un 18% que la compraría sin dudar más el 45% que lo pensaría antes de adquirirla suman un 60% contra un 37% que no la compraría.



La pregunta abierta ¿Por qué? Que corresponde a la razón por la cual comprarían o no la prenda, la he dividido en las siguientes once categorías:

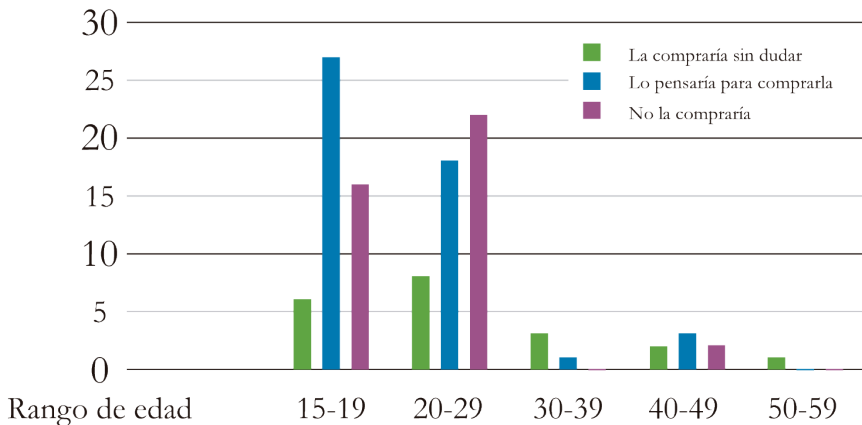


La relación entre las variables se hace con la finalidad de encontrar las posibles influencias que puedan existir en las variables que constituyan la preocupación central del estudio, y así encontrar información nueva que en este caso servirá como referencia del comportamiento de los sujetos dependiendo de sus características específicas.

VARIABLES EDAD- DECISIÓN DE COMPRA

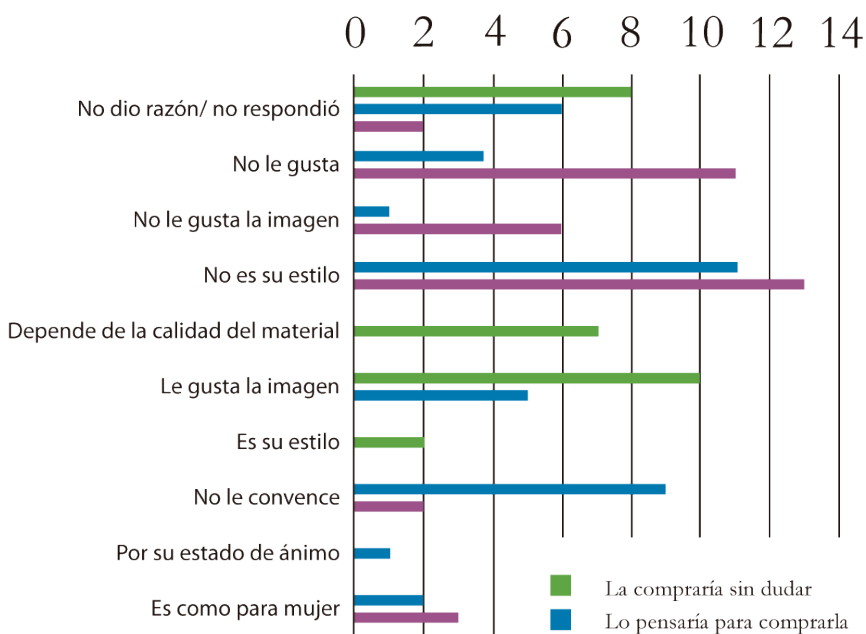
La relación entre estas variables nos ayudará a detallar el rango del target, lo cual será útil al momento de elegir los puntos de venta, el medio por el que se comercialicen, así como el que se puede emplear para publicitarlas o las características para la creación de una imagen de marca.

En el rango de 15 a 19, 67% de los encuestados la comprarían o lo pensarían antes de hacerlo y solamente 33% no lo haría y en el de 20 a 29 el 54% contra el 46% que no adquiriría la prenda, por lo tanto se puede concluir que el producto es preferido mayormente por el primer rango.



También existe la necesidad de relacionar la decisión de compra con la variable “¿por qué?” para conocer las razones por las cuales adquirirían o no las playeras.

De acuerdo a la relación de estas dos variables se puede concluir que al menos 30% de los encuestados que no adquirirían la prenda tienen un estilo diferente de vestir y solamente 20% no la compraría por que no le gusta la imagen o la playera, a otro 2% por que no le convence del todo y solo 8% no la adquiriría por lo que piense alguien más.



5. Conclusiones generales de la encuesta

Ésta permitió conocer las preferencias y gustos de los consumidores que conforman el público objetivo, y determinar que el producto tendrá una aceptación factible para lanzarlo al mercado; asimismo, conocer que el principal problema de aceptación no radicaría en el tema de las imágenes sino en el estilo de la prenda y la preocupación de los consumidores por la calidad de la misma, y finalmente ayudó a determinar un pronóstico favorable de ventas, al conocer cuántas personas estarían dispuestas a adquirir el producto.

Restaría considerar los factores externos para favorecer al producto en su lanzamiento y así asegurar que las ventas sean superiores a las pronosticadas por este estudio.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

A

ALFABETIDAD VISUAL. De alfabeto, es el conocimiento del lenguaje visual que posee cada individuo mediante el cual es capaz de identificar y diferenciar las formas y objetos que conforman su entorno.

ALTO CONTRASTE. Es una imagen en la que hay “negros” muy profundos, y “blancos” muy iluminados, en ella los colores no van a tener detalles, ni texturas, limitándose, dependiendo del tipo de contraste, a una escala de negros y blancos, casi o sin tonos medios.

ÁUREO. De lo parecido al oro. Refiere a la proporción aurea, también llamada número áureo o de oro, número plateado, razón extrema y media, razón dorada, media áurea, y divina proporción, representado por la letra griega φ (ϕ) (en minúscula) o Φ (Φ) (en mayúscula), en honor al escultor griego Fidias, es un número irracional:

Asimismo, se atribuye un carácter estético especial a los objetos que la siguen, así como una importancia mística. A lo largo de la historia, se le ha atribuido importancia en diversas obras de arquitectura y otras artes.

ASIMETRÍA. En diseño gráfico es cuando al dividir una composición en dos partes iguales, no existen las mismas dimensiones en tamaño, color o peso, etcétera. Al ser desiguales los pesos a un lado y otro del eje, el efecto es variado. Transmite agitación, tensión, dinamismo, alegría y vitalidad.

B

BAUHAUS. Escuela de arquitectura y de artes aplicadas, fundada en 1919 en Weimar (Alemania) por Walter Gropius. Se estableció de 1919 a 1933 en Dessau. Intervino en la evolución de las ideas y de las técnicas modernas.

C

CARACTERES SEXUALES SECUNDARIOS. Son aquellas que distinguen entre los dos sexos de una especie, pero no son directamente parte del sistema reproductor.

En el varón: Músculos muy desarrollados, vello más grueso y largo, pies y manos más grandes que en las mujeres, tórax y hombros más anchos, osamenta y cráneo más pesados, mayor índice de masa muscular y fuerza física, voz más grave, depósitos de grasa principalmente alrededor del abdomen y cintura (forma de manzana).

En la mujer: Mamas desarrolladas, estatura menor que el hombre, más ancha en las caderas que en los hombres, funcionamiento de las glándulas mamarias, más grasa subcutánea, depósitos de grasa principalmente en los glúteos y en los muslos (forma de pera), piel más suave.

CLAROSCURO. El chiaroscuro (en italiano, chiaroscuro) es una técnica artística (en pintura, dibujo y grabado) consistente en el uso de contrastes fuertes entre los volúmenes iluminados y los ensombrecidos del cuadro para destacar más efectivamente algunos elementos.

COMPOSICIÓN. Manera en que se conforma un todo. Arte de agrupar las figuras y elementos para conseguir el mejor efecto en pintura, dibujo o diseño.

CONTRASTE. Es la diferencia relativa en cuanto a intensidad entre un punto de imagen y sus alrededores, por ejemplo, un punto negro contrastará contra un alrededor o fondo de color blanco.

CREATIVIDAD. Capacidad de crear. La creatividad, denominada también inventiva,

pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

CRUZ DE SAN ANDRÉS. Es una cruz en forma de X según una tradición muy antigua que cuenta que el apóstol fue crucificado en Patrás, capital de la provincia de Acaya, en Grecia. Es representación de humildad y sufrimiento, y en heráldica simboliza caudillo invicto en combate. Es empleada como elemento auxiliar en el juego sado-masoquista, es frecuente encontrarlas en los clubes BDSM.

D

DIGITAL. Digital. Relativo a los dedos. En jerga gráfica o de diseño: Imagen o elemento elaborado o introducido en computadora, convirtiéndolo en “información”. Se conoce con el nombre de “digital” a la tecnología basada en la representación numérica de la información, en oposición a la analógica.

E

EDITORIAL. De la edición, del editor. Casa dedicada al trabajo editorial. En diseño gráfico, diseñador editorial, es el especialista en la producción de todo lo relacionado con escritos, llámense libros, revistas y actualmente inclusive publicaciones digitales.

ENCUADRE. En fotografía o en cine es aquello que se sitúa dentro de la toma, la porción de escena que se elige captar, en ilustración o creación de imágenes tiene un sentido equivalente.

ESCRIBAS. Persona especializada en la acción de escribir, que se dedica a ello. Era el copista o amanuense de la Antigüedad. En la civilización del Antiguo Egipto, era un personaje fundamental, pues eran cultos, expertos en escritura jeroglífica, y conocían los secretos del cálculo, siendo los únicos capaces de evaluar los impuestos, asegurar los trabajos de construcción y transcribir las órdenes del faraón. Para los hebreos era el copista de las Sagradas Escrituras y posteriormente el intérprete de la ley.

ESCORZO. Modo de representar una figura sobresaliente del plano de fondo, reduciendo la longitud de los objetos según las reglas de la perspectiva, el término también es usado para referirnos a un cuerpo en posición oblicua o perpendicular a nuestro nivel visual. El efecto de escorzo existe en todos los cuerpos con volumen.

ESTARCIDO. Técnica artística en que una plantilla con un dibujo recortado es usada para aplicar pintura, lanzándola a través de dicho recorte, obteniéndose un dibujo con esa forma.

ESTAMPADO. Dibujo o figura que está impreso sobre una tela u otra superficie. Operación industrial que tiene por objeto la tintura parcial de la superficie de un tejido, en uno o varios colores, siguiendo las líneas de un dibujo.

F

FOCALIZADOR. De focalizar, que enfoca o hace centrar la atención en un punto.

FOOD PLAY. Puede tener connotaciones sexuales o no sexuales. A menudo se refiere a la sitofilia una forma de fetichismo sexual en el que la comida produce excitación sexual. La frase también puede ser usada para referir juegos no eróticos con comida, tal como el disfrute de la preparación de alimentos, o incluso una obra de teatro acerca de la comida (play en inglés tiene ambos significados juego y obra de teatro).

FOTOMECÁNICA(O). Técnica empleada para obtener transparencias negativas o po-

sitivas de dibujos, fotografías y textos. Que servirán, en primer lugar, para hacer una copia exacta en la plancha, estando en pleno contacto con ella. Se le conoce también, como la técnica de elaboración de negativos y positivos para su reproducción por diferentes medios de impresión.

FRISO. En arquitectura se llama friso a la parte ancha de la sección central de un entablamento, que puede ser lisa o (en los órdenes jónico y corintio) estar decorada con bajorrelieves. En una pared sin columnas queda sobre el arquitrabe ("viga principal") y queda cubierto por las molduras de la cornisa.

G

GENITALIDAD. Es un concepto parcial del sexo del individuo y de su conducta sexual, reduciendo ambos conceptos al aspecto anatómico fisiológico de los órganos genitales o reproductores.

GRABADO. Es una técnica de impresión que consiste en dibujar una imagen sobre una superficie rígida llamada matriz, dejando una huella que después alojará tinta y será transferida por presión a otra superficie como papel o tela, obteniendo varias reproducciones de la estampa.

I

ICONICIDAD O GRADO DE ICONICIDAD. La iconicidad es lo opuesto a la abstracción, es el grado de realidad que guarda o la similitud que tiene una imagen con el objeto que representa, una fotografía tiene el grado más alto de esta y un esquema representativo _por ejemplo una ecuación matemática_ tiene el menor.

IMPACTO VISUAL. Efecto que tiene una cosa o acontecimiento al ser observado. En diseño gráfico, publicidad e imagen refiere al efecto o repercusión que causa la imagen diseñada para comunicar un mensaje, una imagen de alto impacto visual es la que consigue la atención de quien la observa.

L

LIBROS ILUMINADOS O MANUSCRITOS ILUMINADOS. Son libros que se elaboraban en la edad media, estos eran hechos totalmente a mano, por escribas denominados "amanuenses" encargados de caligrafiar el texto e "iluminadores", estos últimos encargados de telaborar y poner color a las imágenes. Son denominados iluminados por la vivacidad de los colores que contienen, incluso algunos se iluminaban con oro, para más información consultar Historia del diseño gráfico de Philip M. Meggs.

LOLITA. En la industria de la pornografía, el término lolita se utiliza para referirse a una chica joven, y que recientemente ha alcanzado la edad de consentimiento sexual, o que parece ser más joven de ésta edad. El uso de este nombre como un término erótico deriva de la obra del año 1955, "Lolita", de Vladimir Nabokov, apodo dado a la joven Dolores, con la que el narrador, Humbert, está sexualmente obsesionado. En el libro, "Lolita" es el apodo de particular de Humbert para Dolores, y "ninfa", es el término general que usa éste para el tipo de chica a la que Humbert se siente atraído, siendo Dolores una de ellas. En la novela, Humbert describe a las "ninfas" como chicas con edades comprendidas entre los nueve años y los quince.

M

MEDIO IMPRESO. Papel impreso, medio por el cual se difunde información sobre papel u otro material impreso, revistas, libros, folletos, etc.

MEDIO TONO O SEMITONO. Es la gama de colores o niveles de gris entre los tonos más claros y más oscuros de una imagen, es decir, altas luces y sombras. Una imagen de medio tono tiene una gran gama de tonos intermedios entre sus extremos de color. La abundancia de semitonos en una imagen (dibujo, diseño o fotografía) produce unas transiciones de color más sutiles.

MODELO COMUNICATIVO O COMUNICACIONAL. Es la representación esquemática del proceso de comunicación, este es empleado en teoría de la comunicación.

MORFOLOGÍA. [Del griego morfós, forma y logos, estudio] es la disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma. Se aplica en casi todas las ramas del Diseño.

N

NIVEL ICÓNICO. Se refiere al nivel de realismo-abstracción en una representación visual, que en su nivel más alto tiene a la fotografía y en el opuesto al esquema (la connotación en su más alto nivel).

NOVELA GRÁFICA. Puede referirse tanto a un formato de publicación como a un tipo moderno de historieta para adultos surgida a finales del siglo pasado.

P

PARAFILIA (s). Patrón de comportamiento sexual en el que la fuente predominante de placer no se encuentra en la cópula, sino en alguna otra cosa o actividad que lo acompaña.

PERCEPCIÓN (PERCIBIR). Proceso que se lleva a cabo mediante la recepción de la información que llega a través de los sentidos a nuestro sistema nervioso superior que permite al organismo interpretar la información proveniente de su entorno.

PICTOGRAMA. Signo que representa esquemáticamente un símbolo, objeto real o figura. Es el nombre con el que se denomina a los signos de los sistemas alfabéticos basados en dibujos significativos. En la actualidad es entendido como un signo claro y esquemático que sintetiza un mensaje sobrepasando la barrera del lenguaje; con el objetivo de informar y/o señalar.

PUNTOS FOCALES. También conocidos como puntos fuertes o de interés son resultado de la división de un encuadre mediante la regla de los tercios.

R

REGLA DE LOS TERCIOS. Es una forma de composición para ordenar objetos dentro de la imagen. Esta regla divide una imagen en nueve partes iguales, utilizando dos líneas imaginarias paralelas y equiespaciadas de forma horizontal y dos más de las mismas características de forma vertical, formándose así cuatro puntos de intersección que se denominan puntos fuertes, de interés o focales.

RETÍCULA. TRAMA, EN FORMA DE RED. En diseño gráfico estas se elaboran con la finalidad de dar orden y coherencia a un diseño, con base en los puntos de referencia que se crean en las intersecciones de la trama que la conforman.

S

SENSIBILIZACIÓN. Capacidad de ampliar la sensibilidad, desarrollar la propensión natural del hombre a dejarse llevar de los afectos de compasión, humanidad y ternura. Sensación. Proceso por el cual los órganos de los sentidos convierten estímulos del mundo exterior en los datos elementales o materia prima de la experiencia.

SIGNO PLÁSTICO. Se refiere a las características plásticas de una imagen, color, textura, formas que la integran, etc.

SIMBÓLICO. Relativo al símbolo, que solo tiene apariencia y no realidad, que representa algo que no está presente. Cualquier estímulo representativo de una idea o un objeto distinto de él.

SOPORTE. De forma literal significa sostén o apoyo. El soporte de una obra de arte es la estructura o material sobre el que la base o primera capa de pintura se aplica: generalmente es lienzo, papel, o tabla. En impresos es el receptáculo de la tinta.

T

TÉCNICA. Conjunto de procedimientos propios de un arte. Refiere también al modo o la habilidad con que se utilizan estos procedimientos. Las llamadas técnicas tradicionales son las que no se hacen de forma digital, sino “a mano”, sobre lienzo o papel.

V

VIÑETA. Una viñeta es un recuadro delimitado por líneas negras que representa un instante de la historia. Es considerada como la representación pictográfica del mínimo espacio y/o tiempo significativo y constituye la unidad mínima del montaje del cómic. Este espacio acotado y escénico recoge una acción dibujada y en ocasiones un texto por lo que dentro de ella suelen coexistir el lenguaje icónico y el lenguaje verbal.

VECTORES (TÉCNICA DE). Que está hecho a partir de segmentos rectilíneos o curvilíneos de longitud definida, trazados desde distintos puntos que dan origen a cada segmento y son capaces de modificarlos.

W

WET AND MESSY (WAM). Es una forma de fetichismo en el que una persona se excita cuando le aplican deliberada y generosamente sustancias en la piel desnuda, o en la ropa que está usando. Es practicado por gente de todas las edades, y existen muchos sitios web dedicados a los fans. Las sustancias pueden incluir la crema batida, el barro, espuma de afeitar, crema, frijoles horneados, helados, pudines, salsa de chocolate, mantequilla de maní, crema de estilo japonés, pintura, aceite, pastel, este último tiene variantes como arrojar pasteles de crema o sentarse en ellos. Las sustancias húmedas son principalmente el agua, pero también puede incluir otros líquidos como jugos de frutas, leche o alcohol (por lo general la cerveza).

Los fluidos corporales tales como heces, orina, semen y la eyaculación femenina no se consideran parte de WAM. Los dos primeros se consideran típicamente coprofilia y urofilia, siendo este último un común en la pornografía.