



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
POSGRADO EN ARTES VISUALES.

FOTOGRAFÍA DIGITAL Y CULTURA POPULAR

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO
DE MAESTRO EN ARTES VISUALES.

PRESENTA
PALOMA MARIANA RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ

DIRECTOR DE TESIS MAESTRO:
MARCO ANTONIO ALBARRÁN CHÁVEZ
MÉXICO D.F., JUNIO DEL 2011.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos:

Cuando tengas que decidir algo,
escoge lo que mas miedo te da,
porque eso es lo que te hará aprender.

Gracias a todos y cada uno de los que hicieron posible que esto se realizará,

Gracias por su tiempo, su paciencia y su confianza,

Gracias por estar conmigo en este momento.

Índice.

Introducción	1-3.
Capítulo 1.	
1.- La Imagen fotográfica digital y su aplicación en diferentes medios.	
1.1. Fotografía digital. Características, propiedades, técnicas, efectos y aplicaciones.....	4-13.
1.2 Aplicaciones practicas en medios: clasificación y difusión de los medios, revistas, promocionales, displays, billboards, ropa.	14-29.
Capítulo 2.	
2.- Cultura Popular en México.	
2.1 ¿Qué es la Cultura Popular en México?	30- 44.
2.2 ¿Qué fue el Pop Art en Estados Unidos?	45-53.
2.3 Cultura Popular y diseño en México	54-61.
Capítulo 3.	
3.- Propuesta Personal.	
3.1 Conceptos y Técnicas	62-70.
3.2 Toma fotográfica digital, aplicación en propuestas personales	71-97.
Conclusiones	98-103.
Bibliografía	104-106.
Índice Alfabético de Imágenes.....	107-112.

Introducción:

La Fotografía digital surge con la revolución tecnológica, con la evolución de las nuevas imágenes, como una herramienta de creación, de conocimiento, de comunicación, en una cultura donde las nuevas tecnologías, y los medios crecen a pasos agigantados, donde se buscan nuevas formas de representación, de experimentación, de significación ante las diversas situaciones de la vida diaria.

Dentro del contenido del trabajo veremos en el primer capítulo las características, las propiedades de la fotografía digital y sus aplicaciones. Veremos como la cámara convencional dio paso a la digital como medio para la reproducción de imágenes. En la fotografía digital estas, son capturadas por la memoria y transportadas a través de un cable hasta la computadora, donde pueden ser almacenadas, borradas, repetidas tantas veces como se quiera, la tecnología digital no requiere del rollo fotográfico, ni tampoco del proceso de revelado, con la cámara digital basta cargar y descargar la memoria.

Es en la década de los noventa que se incorpora la computadora a la fotografía digital como una herramienta más de trabajo, formando así, parte del desarrollo creativo, sumado a otras propuestas que propician el surgimiento de un debate visual nuevo.

Es en este contexto que ha surgido algo parecido a un nuevo discurso sobre lo visual, que acentúa, y se congratula de la ruptura y la discontinuidad de esta cultura, que ofrece a cambio oposiciones entre lo viejo y lo nuevo. Es decir, en un mundo en donde la tecnología crece día con día, donde da paso a nuevas cosas, a nuevas formas de captar imágenes, de proporcionar técnicas que pueden ser modificadas después de la toma.

Cada una de estas ideas las veremos a lo largo del capítulo uno, sumado al interés de reflexionar sobre los signos, la cultura, las teorías del lenguaje y su significado dentro del Pop Art, su interpretación y su consumo desmedido.

Reafirmando así, que estos personajes agradables, vendibles, bonitos, se vuelven a reutilizar en esta sociedad moderna en la que nos vemos reflejados actualmente, en esta cultura de masas que avanza en tiempo, pero que hablando de realidad se fusiona con la anterior, con lo que ya hemos visto, que se adapta, que se acopla, a esa realidad del consumo que nos lleva a lo popular, donde el objeto se convierte en una necesidad, donde la cultura en un contexto, es el modo que tenemos de hablar y de vestirnos, es lo que comemos y como lo preparamos, la forma en que repartimos el tiempo y el espacio, como bailamos, los valores que inculcamos a nuestros hijos, los detalles que conforman nuestra vida cotidiana, es la cultura del pueblo de la gente, lo que somos, lo que producimos, lo que acogemos como nuestro, lo que interpretamos y usamos.

Esto es de lo que se habla en el capítulo dos, sin olvidarnos tampoco de hacer énfasis en los medios de comunicación masiva, en como reflejan esa realidad social de la que tanto hemos hablado, de cómo contribuyen a facilitar la construcción social y cultural.

De su relación con lo popular, con personajes famosos, con sentimientos y reacciones positivas, con tocar identidades, emociones, opiniones, gustos, y representaciones de vida cotidiana.

Porque es precisamente en esa cotidianidad que se originan estas imágenes culturales que veremos en las siguientes páginas, que son usadas por la gente común, que son apreciadas, que son consumidas.

Es en esa imaginación del consumo donde el Pop Art, el diseño popular, y la cultura se conjuntan, sumando esfuerzos con la fotografía digital, la cual juega un papel con ellas, con las nuevas tecnologías para dar énfasis a una función social, a una función de análisis, a una función de consumo, a ser parte del entorno del ser humano, a ser representado a tener un significado.

De esa representación y significación que cada uno le damos, surge la propuesta del trabajo presentado en el capítulo tres, donde los colores, las formas, la simplicidad de las imágenes, las repeticiones visuales, las técnicas, los autorretratos que son un ejercicio, un análisis profundo, un diálogo personal que se puntualiza en esa conjunción del Pop Art, del diseño y de la cultura popular.

Sin olvidarnos mencionar que el uso de la cámara digital y la computadora ayudados de un programa facilitan la captura, la experimentación, el trabajo, la visualización del proceso, su realización, el uso de ciertas técnicas, que generan imágenes que en su momento eran inimaginables, y que la fotografía digital, las hace imaginables.

La fotografía digital toma visiones del mundo, y transforma en un número de píxeles determinados lo que conforman la imagen final.

Así como también hay que puntualizar que es una herramienta indispensable para el consumo visual, para ubicarla en un contexto social, de cultura, de moda, arte, uso del diseño.

Ella se ha convertido en parte de nosotros, es de uso cotidiano, es un medio de difusión, es una forma mucho más fácil que la fotografía química en el proceso de la obtención, en el tratamiento, en la visualización y en la distribución de imágenes, de hacer, de traer con nosotros, de obtener registros en todo momento, es una forma de expresión, al alcance de cualquier aficionado, que cada vez más personas la utilizan como punto de partida para generar una comunicación como la que presentaré a lo largo de mi trabajo y que cada quien definirá, interpretará o entenderá.

1. La Imagen fotográfica digital y su aplicación en diferentes medios:

1.1. Fotografía digital. Características, propiedades, técnicas, efectos y aplicaciones.

Durante casi 160 años predominaron los procesos fotoquímicos para la reproducción de imágenes. Pero es en estos días que la fotografía digital brota como un nuevo elemento, que se abre paso, sin retornar ninguna resistencia, para hacer énfasis en el pasado y dejar una huella de luz en las emulsiones de hace más de un siglo.

Con la revolución tecnológica muchas cosas han cambiado, entre ellas, la fotografía.

La cámara convencional dio paso a la digital como medio para la reproducción de imágenes. En la fotografía digital estas, son recogidas por la memoria y transportadas a través de un cable hasta la computadora, donde pueden ser almacenadas, borradas y repetidas tantas veces como se quiera, la tecnología digital no requiere del tradicional rollo fotográfico, ni tampoco del proceso de revelado. Con la cámara digital, basta cargar y descargar la memoria. "Como es sabido, a lo largo de la historia de la fotografía se han empleado diversas técnicas que han contribuido al enriquecimiento de la expresión artística, con esto quiero decir que de la misma manera que hubo artistas que comenzaron a deformar imágenes, de la misma manera hubo fotógrafos que ensayaron experimentos sorprendentes con el objeto de hacer el procedimiento fotográfico más accesibles a las necesidades del artista". (1)

1 Martín, Lister. *La imagen fotográfica en la Cultura Digital*, Paidós, Barcelona, 1995, Pág. 11.

Durante la década de los 90, se incorporó la computadora a la fotografía digital como una herramienta más de trabajo, formando así, parte del desarrollo creativo, sumado a otras propuestas, que propician el surgimiento de un debate visual nuevo.

Con esto hay que resaltar que dos siglos después de que Niépce consigue fijar la primera imagen, quien pensaría que tiempo después, la película de emulsión está siendo reemplazada por la tarjeta de memoria. Las computadoras sustituyen ahora las cubetas de revelado y abren nuevos horizontes para explorar el arte de la fotografía.

“Cuya técnica es un instrumento al servicio del arte, referente e imprescindible para cualquier proceso creativo. Esta práctica artística, se integra gradualmente al software, donde el artista fotógrafo, establece un diálogo con la computadora, mientras se ayuda con un ratón de luz sobre un tablero digitalizado para producir imágenes y dar rienda suelta a la creatividad.” (2)

Esa tecnología es solamente una herramienta de la que el artista se vale para expresar y convertir sus sentimientos en arte, tal y como lo hicieron ellos mismos en algún tiempo, con piedras tallándolas y colocando sus primeras manifestaciones de angustia, alegría, esperanza o soledad, dejándolas en un acto inconsciente como un legado para la posteridad.

“La fotografía digital, al igual que el arte digital, puede encontrar como parte de sus antecedentes, las propuestas del conceptualismo de fines del siglo pasado, donde no pesa demasiado el dominio técnico en la ejecución de la obra, sino el concepto que se quiere representar”.(3)

2 Ídem.

3 La aplicación de la geometría fractal, permite diferenciar, los segmentos pequeños de los grandes, la fragmentación y la infinitud de cosas. www.lehan.curry.edu 17- 10- 06. Arte digital.

Un concepto no solo se representa, sino también puede comunicarse a través de diversos medios que requieran una imagen. Sumando todo esto a las estrechas relaciones con la teoría de la geometría fractal con la que se pretende explicar el comportamiento del caos en la naturaleza, obteniendo como conclusión y en contraste con los conceptos euclidianos y aristotélicos, que el caos, dentro de sí mismo mantiene un orden estructurado.

Sea como sea, esto marca un campo abierto para la imagen, con una enorme posibilidad de creación, de avance tecnológico, y de acceso al conocimiento.

Así como lo hemos mencionado antes, la fotografía digital se ha ido convirtiendo en forma progresiva en una alternativa a la fotografía tradicional, aunque todavía la calidad de esta última continúa superándola, en algunos procesos de impresión, papel y nitidez según mi experiencia.

Esta cultura digital ha sentado las bases de una nueva relación del hombre con el universo y las representaciones digitales, que no son otra cosa que medios para la interpretación de este.

Con esta creación de imágenes fotográficas digitales, se puede dar una nueva interpretación artística a las imágenes obtenidas hace más de un siglo, confirmando que la técnica es un instrumento al servicio del arte, referente, imprescindible y permanente para cualquier proceso creativo.

“La revolución de las nuevas imágenes es comparable a la aparición del abecedario, el nacimiento de una pintura, o a la invención de la fotografía, constituye una nueva herramienta de creación, y también de conocimiento, ha dicho Philippe Quéau”. (4)

4 La aplicación de la geometría fractal, permite diferenciar, los segmentos pequeños de los grandes, la fragmentación y la infinitud de cosas. www.lehan.curry.edu 17- 10- 06. Arte digital.

Entendiendo este significado de las nuevas tecnologías, relacionado con la cultura fotográfica, con sus modos de representación, experimentación y significado ante las diversas situaciones de la vida diaria. Es como si parafraseáramos con esto a Susan Sontag: “Vivimos en un mundo en el que tales imágenes han determinado nuestras demandas sobre la realidad, en el que las imágenes son codiciadas como sustituto de la experiencia de primera mano, y se han vuelto indispensables para la economía, la política y la búsqueda de la felicidad personal”. (5)

Esta nueva tecnología de la imagen como lo es la fotografía digital, ha penetrado en una cultura impregnada de una fuerte mezcla de futurología milenaria, los excesos visionarios del pensamiento posmoderno, la promesa utópica y el pesimismo cultural.

Esta es una cultura marcada por la fragmentación de la teoría y la política social, la desconfianza en la historia, las radicales reestructuraciones económicas, políticas y culturales de la vida cotidiana dentro del capitalismo reciente y los procesos de la globalización cultural.

Es en este contexto que ha surgido algo parecido a un nuevo discurso sobre lo visual. Un discurso que acentúa y se congratula de la ruptura y la discontinuidad en la cultura visual y ofrece a cambio oposiciones rígidas entre lo viejo y lo nuevo. Es decir, en un mundo donde la tecnología crece día con día dando paso a nuevas cosas, la parte mecánica y manual esta quedando en el olvido. (6)

5 Manuel de Jesús, Hernández, “Retos de la Imagen”, **Cultura, Uno Mas Uno**, México D.F., Jueves 19 Octubre 2000 Pág. 32.

6 Cfr. Manuel de Jesús Hernández, “Retos de la Imagen”, **Cultura, Uno Mas Uno**, México D.F., Jueves 19 Octubre 2000 Pág.32.

Pero ¿Qué es una imagen digital?, es una abstracción inexorable de lo visual, una tecnología que recoloca la visión y la rompe desde el punto de vista del observador.

“ Es como dijera Walter Benjamín: A gloria de nuestra época, hace algunos años nació una máquina que todos los días asombra a nuestro pensamiento y espanta nuestros ojos. Antes de que haya pasado un siglo, esta maquina será el pincel, la paleta, los colores, la habilidad, la experiencia, la esbeltez, la seguridad, el color, la transparencia, el modelo, la perfección, el extracto, la pintura... No se crea que la daguerrotipia, elimine el arte: cuando la daguerrotipia, criatura colosal, haya crecido; cuando haya desarrollado todo su arte y su fuerza, entonces el genio la tomara imprevistamente por el cuello y gritara: ¡ Ven aquí! ¡Ahora me perteneces! ¡Trabajaremos juntos!” (7)

Es decir, que la fotografía digital no es sólo una nueva forma de captar imágenes, sino es también, una nueva forma de proporcionar técnicas, que pueden ser modificarlas después de la toma. Su aparición ha revolucionado el modo de entender del proceso fotográfico en conjunto, sin olvidar, ni dejar la parte análoga a un lado, en relación a sus principios, a su historia. La velocidad y la comodidad con que ella permite conseguir una copia final, la convierten en la respuesta a casi todos los deseos.

“Esta representación digital utiliza una serie arbitraria de signos con un significado predeterminado, que pueden ser desde la inmediatez, la rapidez, imaginación, captura, posibilidad creativa a través de un programa que perfecciona todo y cada uno de estos puntos en una computadora”. (8)

7 Armando, Bartra, “Del Pincel al Píxel”, **Espectáculos, La Jornada**, México D.F., Martes 16 octubre2001, Pág.6.

8 Tom, Ang. **La Fotografía Digital Guía para la creación y manipulación de imágenes**, ED. Blume, Barcelona, 2001.Pág.22

La Fotografía digital cuenta de manera interactiva y abierta, con ella no hay lectores sino usuarios con sed de creatividad y de participación, es un armisticio entre las cálidas texturas del papel y la luz interior del vidrio frío, una narrativa de los noventa, de acceso a la red, del predominio de la pantalla, de la caja lista del fin del milenio.

Es aprender a ver lo que uno ve, ya lo decía Edmund Wilson: “Que el más completo ciudadano de la cultura moderna debe saber operar los dos mejores inventos de la cultura moderna: el automóvil y la cámara fotográfica.” Wilson consideraba estas máquinas extensiones del cuerpo humano conseguidas mediante una noble aplicación de las teorías científicas. (9)

La cámara fotográfica no es tan mecánica como parece, esta misteriosa caja negra puede colocar al usuario en una de las posiciones más privilegiadas de la estructura socioeconómica, en uno de los escasísimos sitios donde aun es factible mirar a través de los propios ojos.

Esta postura no es fácil cuando naufragamos en un mar de espejismos, en un mundo y en una realidad cuantificable e ideologizable a la medida del poder que la postula, como lo vivimos actualmente con la imagen, con la fotografía, con los medios, sumado a que no hay que olvidarnos porque nunca es el individuo sino instancias corporativas quienes dicen que es real. Esa realidad oficial es la de los medios de comunicación en alianza con el discurso tecno-científico, es ahí, donde se encuentra un mundo absolutamente material, positivista, tecnológico, habitado por seres despojados de imaginación, individualistas, y repartidos en dos bandos, los buenos, los malos, donde no hay cabida para lo intuitivo, los sentimientos profundos, el alma, la duda, la poesía, donde se lucra con lo irracional, con el miedo, el sonambulismo, la inconciencia de los telespectadores, quienes terminan por aceptar lo que ven lo que se produce o se retoma de la imagen.(10)

9 Mario, González, Suárez, "Aprender a ver lo que uno ve", **Contraseña, Milenio**, México D.F., 26 octubre 2001, Pág. 48.

10 Cfr.: Mario, González, Suárez, "Aprender a ver lo que uno ve", **Contraseña, Milenio**, México D.F., 26 octubre 2001, Pág. 48.

“Cada una de las formas culturales en las que las imágenes circulan, es un pequeño elemento en una historia de producción de la imagen y “un mundo de la imagen” contemporáneo. Las imágenes fotográficas pertenecen a un tipo de “segunda naturaleza”, un entorno histórico denso de las imágenes producidas masivamente, objetos simbólicos, espectáculos y signos”. (11)

Dentro de este entorno, la imagen fotográfica gana su significado por un flujo continuo y una interferencia de significados entre las imágenes. Entonces la distinción entre lo fotográfico y lo digital resulta menos acentuada.

“Sumada a la observación hecha con bastante frecuencia de que las imágenes digitales se recrean a partir de imágenes recibidas, que están construidas sobre los fragmentos y los estratos de otras imágenes, se entiende mejor como una metáfora de los procesos que durante mucho tiempo han incluido la imagen fotográfica; no se trata de una diferencia radical sino una aceleración de una realidad compartida”. (11)

La fotografía digital en México y su avance en los últimos años como medio de expresión artística, generan que el fotógrafo contemporáneo se considere más que un fotógrafo, y que trabaje considerando que el manejo de la imagen también requiere de una parte artística, de una justificación, de un análisis, de un sentir, de percibir, de capturar, de plasmar.

10 Martín, Lister, **La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital**, Paidós, Barcelona, 1995, Pág.15

11 Manuel, García, “La fotografía española contemporánea”, **Cultura, Uno Mas Uno**, México, D.F. miércoles 22 junio 1994, Pág.28.

“Porque hoy en día es realmente un creador que, según sus necesidades de expresión artística, emplea el lenguaje, técnica y expresión de la fotografía, es por eso que los artistas más significativos que usan a la fotografía, tienen un nuevo interés por el concepto de la imagen, y fascinación por las nuevas tecnologías, por los nuevos caminos de expresión plástica”. (12)

Actualmente la fotografía no solo es fotografía, o capturar una imagen, muchos comienzan a aceptarla como arte, se sirven de ella, de su forma, de su representación, de su soporte para entenderlo, para justificar lo que están haciendo.

Las fotografías digitales constituyen hoy un nuevo tipo de señal con propiedades diferentes de la imagen fotográfica. Estas nuevas imágenes pueden utilizarse para producir nuevas formas de entendimiento y también pueden fabricarse para provocar molestias y desorientar haciendo borrosas las cómodas fronteras y animando a la trasgresión de las reglas.

Estas nuevas tecnologías como lo es en este caso la fotografía digital, deben seguir con una continuidad histórica y cultural. No permitir que esta actitud acrítica hacia las imágenes electrónicas que ha logrado aniquilar la mirada particular del ciudadano y en su lugar haya colocado la versión oficial de la realidad, que dicta el poder de los medios.

Nos permitirá reconocer que esa realidad no es un absoluto, sino una noción que la mente de cada cual estructura a partir de sus sentidos, de su percepción, de su experiencia.

12 Mario, González Suárez, "Aprender a ver lo que uno ve", **Contraseña, Milenio**, México D.F., viernes 26 octubre 2001, Pág.48

En la fotografía digital, como en la análoga, se escucharía como metáfora, pero lo que el ojo ve, aún con datos sobre volumen y percepción del tiempo, no son otra cosa que superficies del aire. Imágenes inasibles con las que cada consciencia trata de elaborar una versión de la realidad, que no existe solo en el exterior sino dentro de nosotros. Los glóbulos oculares poseen dos retinas; una recibe la luz del mundo material y la segunda mira el alma del individuo.

Es como decir también, que un niño con una cámara fotográfica es un cazador de imágenes que no le rinde cuentas a nadie, sus visiones saben prescindir de los pies de foto porque no significa otra cosa que lo que quiere cada espectador. No es un corresponsal simplemente fotografía los rincones de su cuarto, las manchas de la pared de la calle, los rostros que le salen al paso, los perros que se quedaron pegados en la esquina, los autos, el cielo. Y cada imagen no es un testimonio de la realidad sino una visión del mundo.

“Mirar a través de una cámara fotográfica que puede ser un círculo recortado en un trozo de cartón, un encuadre formado por las manos, un hoyito en la pared me parece el ejercicio fundacional de toda poética. Las fotografías que resulten de este ejercicio contribuirán a la iconografía del misterio de cada quien. Porque finalmente, la vida no busca la verdad sino encontrarse con el enigma. La poética es aprender a ver lo que uno ve”. (13).

Sin olvidarnos de lo importante que es destacar, los signos fotográficos y el proceso creativo, como discurso de la imagen, pero al final será lo que cada uno de nosotros ve.

13 Ídem.

Mitchel sugiere: que un medio digital que prima la fragmentación, la indeterminación y la heterogeneidad y que enfatiza el proceso de realización, es el equivalente tecnológico de algunas proposiciones de teoría lingüística y cultural. El señala la apertura sin límites de la imagen digitalizada y la manera en que se diseña el software de manipulación de la imagen para facilitar el cambio, la alteración, y la recombinación de elementos, él la considera como si fuera un contraste con la relación uno a uno, que la imagen fotográfica convencional, tiene con respecto a la escena o al objeto que esta representa, trazando analogías con las teorías del lenguaje, y el significado. “Estas teorías enfatizan la naturaleza polisemia de los signos, su capacidad para fijar más de una cosa fija. También enfatizan, su indeterminación, la forma en que el lenguaje y el sistema de signos, esta siempre en proceso a medida que se utilizan”.

(14)

Nunca alcanza un destino final o fijado, un significado establecido; es decir, algún tipo de cierre.

El objetivo es reflexionar sobre ese medio digital, fotográfico, sobre su posición, su teoría, sus elementos para abordar la representación del tema, a través de los signos, la cultura, la representación de la imagen, las teorías del lenguaje y su significado dentro del Pop Art.

Y si de Pop Art hablamos un poco más, diremos, que en las pasadas décadas se dio un creciente uso de la repetición y la apropiación en el arte. Re-hacer, re-usar, re-ensamblar y re-combinar es la directriz de cierta actitud en la actualidad.

Una actitud que se encuentra vinculada con los fundamentos del Arte Pop de los Sesenta y que se extiende, difunde, en una cultura donde la originalidad queda en entredicho, como nostalgia romántica, impulsada por la extendida tecnología, la copia y la libre difusión cibernética.

1.2 Aplicaciones practicas en medios : clasificación y difusión de los medios: revistas, promocionales, displays, billboards, ropa, :

“Es aquí donde el Pop Art anuncia el toque de entrada, donde su ritmo en la cultura moderna, su interpretación de manera directa e indirecta, donde su hastío del mundo, su consumo desmedido, su fanatismo a los medios de comunicación, su creación de necesidades y aspiraciones inducidas artificialmente mediante la incursión a la variedad de técnicas se ve reflejado en sus imágenes impresas, sumándose a esto el uso de colores brillantes, calidos, llamativos, la utilización de cuadros y grabados, la potencialidad gráfica inherente de las formas, la simplicidad de las imágenes con repetición visual tan utilizada en la cultura de masas para vender bienes y servicios, la falta de compromiso emocional que se logra percibir alrededor, la critica a la sociedad, a la frivolidad y las contradicciones del arte se vuelven parte de una realidad digital”. (15)

Una realidad digital en un estado cíclico donde las seriaciones y las repeticiones son parte de nuevo de una modernidad patológica, donde se observan los mismos personajes “bonitos”, “agradables” y “vendibles”. Una vida moderna donde subyace el conformismo, donde el uso de patrones visuales, se dejan ver en las imágenes que reflejan una cultura de las masas y de una realidad detrás de ellas.

“Esa preocupación por el ambiente circundante se refleja en el Pop Art en México, en los artistas mexicanos contemporáneos, en su búsqueda de la realidad como parte de una reflexión, de una temática nacionalista, de una independencia a la sociedad moderna, al consumismo, a la globalización.” (16)

15 Erick, Shanes, **Andy Warhol**, Tr.Maria Fuentes, Nùmen, Estado de México, 2006, Pág. 15 Manuel de Jesús, Hernández, “Alegorías y reverberaciones fotográficas”, **Cultura, Uno Mas Uno**, México D.F., jueves 7 agosto 1997, Pág. 25.

16 Manuel de Jesús, Hernández, “Alegorías y reverbaciones fotográficas”, **Cultura, Uno Más Uno**, México DF. jueves 7 de agosto 1997, Pág.25.

Prevalecer en la búsqueda del encuentro del discurso icónico, utilizar a las nuevas tecnologías como un discurso visual absolutamente nuevo. Discurso que transforme profundamente las ideas de la realidad, del conocimiento y de la verdad.

Es ese posicionamiento, esa redefinición de las reflexiones del Pop Art, donde surge lo mexicano, donde se crea la representación formal, la connotación cultural que pertenece a la comunicación en masas, sobre aquello que esta, que sabemos que existe, pero que con este nuevo discurso cambia su interpretación.

Sin olvidarnos de la introducción total y absoluta de las imágenes fotográficas en todas las áreas de la vida social y cultural implica también su intertextualidad.

Los significados de cualquier imagen fotográfica particular no existen por si solos de forma autónoma, sino relacionados con todo los demás.

Reconocer el papel que el Pop Art tiene frente al pop mexicano, sin dejar de partir de la reflexión del mismo, dando pie al análisis de nuevas características y formas de expresión que puede ser verificado con el estudio de la imagen desde el punto de vista icónico.

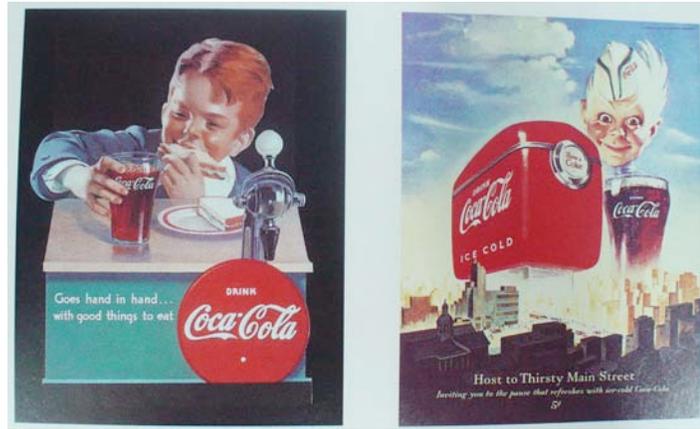
Documentando a través de análisis formales de la obra, del uso de soportes y técnicas.

Destacar las características del proceso creativo dentro de la fotografía digital y el Pop Art acentuando sus principales temáticas, y utilizando el estudio de la misma como una aproximación al arte.

Tener los elementos para poder definir y cuestionar lo que uno ve a través de los medios masivos y de la realidad, utilizando al Pop Art.

Describir con las imágenes digitales, el mundo, la modernidad, y la atmósfera de los objetos cotidianos.

A continuación veremos algunas imágenes que sirven como ejemplo para ilustrar algunas de las palabras que mencionamos en las líneas anteriores: estas son de la imagen 1 a la 8.



(1) Carteles de Coca Cola, folleto de imágenes de Coca Cola PTC, Pág. 13 año 2002, publicidad.



(2) Mesa Publicidad de Coca Cola, Folleto de imágenes Coca Cola, PTC, Pág. 13, año 2002, Tema publicidad.



(3) Publicaciones de cajas productos Coca Cola, Folleto de imágenes Coca Cola, PTC, Pág. 13, año 2002, tema publicidad.



(4) Fotografía Digital a Color, bolsas de mano diseño popular, tienda Coaplaza, local piso 3, año 2010.



(5) Fotografía Digital a Color, Zapato de niña Mariposa, temporada primavera catalogo Touch Cards, año 2011.



(6) Pastillas de dulces, tienda centro comercial Calerias Coapa, nivel 3, año 2011.



(7) Fachada tienda Penny's Market, folleto imágenes Coca Cola, PTC, año 2002, tema publicidad.

“Es esa relación entre los objetos, los personajes y el entorno la única razón de ser de una fotografía que descendía del concepto de nueva objetividad.

Aguardar de ese tiempo de la imagen, aprehender el momento en que las relaciones entre los individuos fotografiados se convierten en un privilegio de la vista” (17).

Denotar la similitud de la fotografía digital, sus técnicas y herramientas como una función muy parecida a la práctica de semiótica fotográfica.

Con esto se abre la posibilidad, al menos en principio, de modificaciones de posproducción de la representación fotográfica: manipulaciones de otra forma hubieran sido el resultado de varios meses de aprendizaje con una cámara oscura. El software digital se convierte en una herramienta heurística para entender la representación fotográfica.

17 Oliver, Debroise, “El Tiempo de una imagen”, *Suplemento Especial, Reforma*, México, DF, domingo 3 de febrero 2002, Pág.8.

Estos y cada una de los puntos mencionados son parte de lo que vemos aplicado en cada uno de esos medios masivos y sus distintas aplicaciones.

Es entonces considerar o concentrar la atención sobre la fotografía no sólo como el producto de una tecnología química y mecánica, sino como un híbrido entre lo semiótico y lo social, en la forma en que su significado y poder son el resultado de una mezcla y de un compuesto de fuerzas con una cualidad inherente, esencial y singular.

Es también responder a las preguntas ¿es acaso la imagen digital una nueva interpretación de la realidad o solo es una reinención de lo viejo? Y si es una reinención por lo tanto ¿tiene una nueva transformación?

“Los nuevos medios están superando y desplazando a los viejos, como un aumento en la digitalización de los medios anteriores. Es por eso si una tecnología nueva no puede concebirse aislada, sino solo en relación a los medios a los que desplaza, y con los medios a los que afecta, la idea de que puede ser el factor determinante de los cambios sociales y de los cambios de conciencia resulta difícil de mantener”. (18)

Eso responde a nuestra pregunta donde lo nuevo y lo viejo se fusionan, se reinterpretan.

18 www.criticarte.com 17 diciembre 2006.



(8) Fotografía Digital sobre Carteles Marilyn Monroe ,tienda Mix Up,Coapa, publicidad 2010-2011.

La fotografía digital es una nueva forma de concepción del mundo, pero también es un valor que está determinado por las formas y por su significado a través de los usos sociales para los que se emplea.

Walter Benjamin distinguió dos tipos de repeticiones o adaptaciones: una que volviendo a un pasado distante, desnaturaliza el presente, nos recuerda la promesa incumplida de tiempos anteriores; y la otra suaviza el cambio, presentando lo nuevo en continuidad con lo viejo, como el heredero de lo sucedido con anterioridad.

Las seriaciones y las repeticiones son parte de nuevo de una modernidad patológica, donde se observan los mismos personajes “bonitos”, “agradables” y “vendibles ¿por qué se retoman estas ideas de manera cíclica que surgieron en el Pop Art como medio de expresión artística en México, en combinación con la fotografía digital como medio de expresión y de consumo visual?

Uno de los elementos utilizados predominantemente en el Arte Pop era el rótulo y la figuración en directa relación a la sociedad de consumo. El arte acudió a la imagen y objetos populares. Lo vulgar y cotidiano se incorporó al discurso plástico buscando el artista en torno a lo que la persona común no percibe al tenerlo continuamente

“Aunque fue ubicado como un movimiento artístico que daba respuesta al Expresionismo Abstracto, y fue considerado encerrado en su propia definición plástica, se deslizó teóricamente hacia la apropiación de la década de los Ochenta y se extendió en el talante de espectáculo y entretenimiento del arte de los Noventa donde el arte se integraba palpablemente con la vida”. (19)

“La precondition del arte Pop era la nueva configuración del espacio cultural implicado por el capitalismo consumista en la que, estructura, superficie y signo aparecen mezcladas a menudo, y aunque se ha transformado varias veces desde entonces, aún permanece entre nosotros.

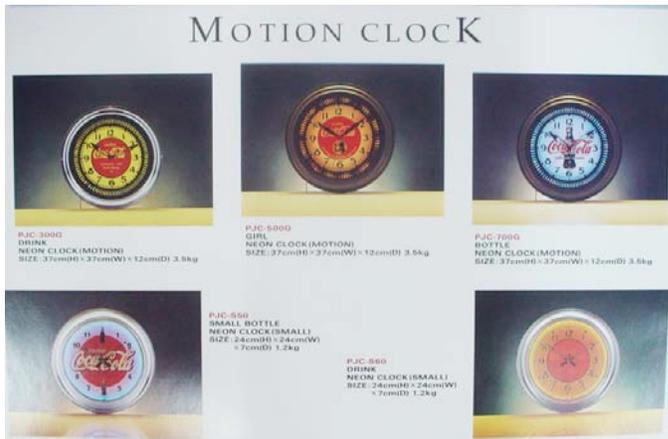
Esto sumado a obtener la respuesta de una pregunta ¿Qué es lo que consumimos visualmente? , lo que vemos al caminar por las calles, lo que hojeamos, lo que nuestros ojos ven, ¿es esta una imagen digital? O como denominara Roland Barthes “el haber estado allí de la fotografía” (21)

Es acaso que, esta reducción de la imagen fotográfica a números implica la posibilidad de su inversión, es decir, esta posibilidad de creación de nuevas imágenes y espacios fotográficamente reales, como Gerard Raulet dice: “el significado de la simulación desaparece si se considera una imitación. La simulación no existe; crea”. (20)

19 www.criticarte.com 17 diciembre 2006.

20 Hal Foster, “Art Pop”, *ArtForum*, México D.F., Octubre 2004, pág.12

21 Cfr: Roland Barthes, *Rethoric of the image*, en *Image, Music, Text*, Londres Fontana, 1987.



(9) Relojes Motion Clock, folleto imágenes Coca Cola, PTC, Pág.14, Año 2002, Tema Publicidad.



(10) Anuncios Luminosos Coca Cola, folleto imágenes Coca Cola, PTC, Pág.14,año, 2002, Tema Publicidad.



(11) Fotografía Digital, Playeras diseños populares varios colores, Exposición de productos sobre ropa popular, col. Roma, octubre 2010.

Las imágenes que vemos en la pagina anterior nos ejemplifican lo mencionado de la precondition del arte Pop, sus usos y representaciones.

“La comunicación es un fenómeno complejo que pone en juego muchos elementos: la naturaleza de los participantes (emisor y receptor), la naturaleza del canal utilizado (que puede ir desde las ondas sonoras a la luz), la naturaleza del código (que puede pasar de las reglas de la lengua hablada hasta el lenguaje de las computadoras), la naturaleza de los mensajes transmitidos mediante códigos, el proceso de la emisión, y de la recepción.

Cada uno de los fenómenos que participan en el proceso comunicativo puede ser estudiado en su especificidad y puede dar lugar a puntos de vista diferentes sobre la comunicación misma. Es aquí donde la fotografía digital y el Pop Art utilizaran este proceso comunicativo para su propio análisis”. (22)

La Semiótica considera todos los fenómenos culturales como fenómenos de comunicación y como procesos de significación.

Como ya mencionamos en las líneas de arriba, un proceso comunicativo es, en efecto, el simple paso de una señal que tiene una fuente y que, a través de un emisor y a lo largo de una canal, llega a un destinatario como respuesta a un estímulo y no que la señal tenga la capacidad de significar algo.

En este sentido, tal y como dice Eco, en el Tratado de semiótica general (1975), la semiótica tiene que ver con cualquiera cosa que pueda ser asumida como signo.

La fotografía digital y el Pop Art en México son un fenómeno cultural, un fenómeno de comunicación que se han convertido en iconos. En donde la semiótica, como disciplina que estudia los símbolos y los signos encara perfectamente de frente.

22 Marshall McLuhan. *Comprender los medios de comunicación*, ED. Paidós, 1996, Pág. 18.

Algunos de los ejemplos que podemos ver a continuación, reflejan que la fotografía digital y el Pop Art en México son un fenómeno cultural y de comunicación, las imágenes representadas sobre revistas de moda que se vende, que se consumen en México, lo retoman como parte de su estilo, lo fusionan, lo mantienen vivo en cada sección, esta vigente en cada ejemplar.



(12) Portada Revista *Infasion*, edición Vive el Color, año 2003, número 2.



(13) Revista *Infasion*, edición Vive el Color, año 2003, número 2, Pág. 15.



(14) Revista *Infasion*, edición Vive el Color, año 2003, número 2, artículo Werman, Pág. 60.

“La fotografía digital y el Pop Art tiene mucho que consumir visualmente y que ocultar detrás de sí, tal y como los grandes retratos de las celebridades adornan las portadas de revistas, que imparten un sentido de estabilidad y calma en un mundo que se está disolviendo en el caos. Los titulares de los periódicos hablan de cambios violentos: guerra en Bosnia, casi anarquía en Moscú, hambre en Somalia, el colapso moral en Washington; pero, en la lisa superficie de las portadas de revistas, los rostros, parecen tan vacíos, como lo vienen pareciendo desde hace veinte años, tan firmes en su curso como las estrellas, tan serenos como el Buda de bronce en el patio de Kamakura. Ahí están todos, Liz, y Elvis, Madonna y los Kennedy, indiferentes al revuelo de las noticias, otorgando a la confusión de acontecimientos la sonrisa de la bienaventuranza eterna.”⁽²³⁾

Porque menciono esto, así como alguna vez Mc Luhan observo hace treinta años como las aceleradas tecnologías del futuro electrónico nos llevan de vuelta al parpadeante mundo de las cuevas del pasado neolítico, esto no tiene mucho cambio de lo que sucede actualmente, hoy por hoy, nos llevan a que la gente adore los objetos de su propia invención (ya sea en la forma del aparato del fax, celular, o del ordenador ultrarrápido), a que acepte las bendiciones de un icono como prueba de divinidad (expresada tanto en la marca registrada Coca-Cola o la etiqueta en un vestido de Donna Karan), un ritual que al igual que la fotografía digital y el pop art se convierten en una especie de conocimiento aplicado.

23 *Ibidem*, Pág.19.

Esto debido a que nuestros hábitos mentales, derivados del empleo que hacemos de los medios de comunicación. “Nos convertimos en lo que contemplamos, modelamos nuestras herramientas y luego estas nos modelan a nosotros”.

Esto me lleva a la reflexión entonces de que la fotografía digital es una nueva forma de concepción del mundo o un valor que esta determinado por las formas y por su significado a través de los usos sociales para los que se emplea.

Después de esta reflexión se me viene a la mente un ejemplo que cabe mencionar lo que James Reston escribió en el New York Times (7 de julio 1957): “Un director de sanidad, informó esta semana que un ratón que presuntamente había estado mirando la televisión, atacó a una niña y a su gato adulto, tanto el ratón como el gato sobrevivieron, y hacemos constar el incidente como una señal de que las cosas parecen estar cambiando”. (24)

“Tras tres mil años de explosión, mediante tecnologías mecánicas y fragmentarias, el mundo occidental ha entrado en implosión. En las edades mecánicas extendimos nuestro cuerpo en el espacio. Hoy, tras más de un siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central, hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por lo cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y comparativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación”. (25)

24 Marshall McLuhan. *Comprender los medios de comunicación*, ED. Paidós, Barcelona, 1996, Pág. 23.

25 *Ídem*.

La Fotografía Digital y el Pop Art, al igual que la fotografía misma extiende y multiplica la imagen humana hasta proporciones de artículos de producción en masa, un ejemplo de ello como lo mencionaba McLuhan, sería que las estrellas de cine y los ídolos populares pasan al dominio público a través de la fotografía. Se convierten en sueños que el dinero puede comprar. Pueden ser comprados, abrazados y manoseados más fácilmente que una prostituta.

Es así que la fotografía refleja automáticamente el mundo exterior y produce imágenes visuales fielmente repetibles, una afirmación de ello son:

“Los escritos de Walter Benjamín en la obra de arte en la época de se reproductibilidad técnica, los cuales, te trasladan de la era mecánica, a la era, de la cultura electrónica, cibernética, digital o posfotografica. Además de mencionar que propone ideas sobre la posibilidad de una tecnología nueva, que busca nuevas interpretaciones (significados) más asequibles que lo que eran anteriormente: la naturaleza de la experiencia del cambio tecnológico y la posibilidad general de una percepción y una forma de atención transformada con respecto a las nuevas tecnologías de la imagen”. (26).

La imagen digital, es un encuentro cotidiano, y algunas tienen un lugar en un espacio público: la imagen está al alcance de y si no dirigida a todas las clases sociales.

Las teorías artísticas siempre tuvieron que ver con aspectos de la comunicación, la búsqueda se limita sólo al siglo XX que, no por casualidad, coincide con el nacimiento de las teorías modernas del lenguaje.

De esto surge la llamada teoría de la pura visibilidad o puro visualismo, cuyo fundador es Honrad Fiedler.

26 Martín, Lister..*La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital*. ED. Paidós, Barcelona, 1995, Pág.285.

El principio fundamental de la pura visibilidad es que no trata de analizar el arte construyendo una nueva estética, sino más bien formulando, una hasta ahora inexistente “teoría de la visión artística”

“El mundo sensible se expresa, en cambio, a través de la representación visual, en la cual el artista no se abandona pasivamente a la naturaleza, sino que se esfuerza en apropiarse de ella vertiéndole en una expresión, tal y como sucede en la fotografía digital y el Pop Art.” (27)

La fotografía digital es una nueva tecnología y esta comienzan ampliando los poderes de la visión, para después cambiar su naturaleza para incluir lo que previamente se clasificaba como invisible o imposible de ver, convirtiéndola en una herramienta para la representación visual de datos y de conceptos abstractos.

Entonces, ¿existen formas de proceder constructivamente contra lo digital sin convertirnos en contrarrevolucionarios, por así decirlo?, o es una nueva capacidad de ser conmovidos por lo que vemos en las imágenes.

Para Roland Barthes en *Cámara Lucida*, la cuestión preliminar es: ¿Qué sabe mi cuerpo de fotografía?, la cognición se experimenta aquí como un proceso completo mediado a través del cuerpo e inundado de afecto y emoción.

Mientras algunas imágenes le han dejado indiferente e irritado, otras imágenes importantes han provocado pequeños júbilos como si se refiriesen a un centro en calma, expectante, un valor lacerante o erótico enterrado en mí, es explorar la experiencia de la fotografía no como una cuestión (tema) sino como una herida: veo, siento, luego me doy cuenta, observo y pienso.

27 Omar, Calabrese. *El Lenguaje del Arte*, ED Paidós, Barcelona, 1987, Pág.20.

“Una persona puede enamorarse de ciertas fotografías, y otra puede sentirse tocada por la pena cuando ve otras. Para Barthes, el hecho de entender la naturaleza representacional de estas imágenes no pueden separarse del entendimiento de las sensaciones del toque , del deseo o de la pena que provocan”. (28)

Con esta frase cerramos el capítulo uno, con su fotografía digital, sus distintas aplicaciones de las cuales vimos algunos ejemplos, imágenes, la clasificación, de cada una y la difusión con los medios.

En el capítulo dos hablaremos de cultura popular en México, de su definición, de cómo surge, de lo que entendemos por diseño y arte popular, con el fin primero de entender y centrarnos en lo que es la cultura popular en México, ejemplificaremos cada concepto mencionado, también hablaremos del Pop Art Norteamericano de sus orígenes, imágenes, principales exponentes, el papel que este juega en la sociedad posmoderna, en México, en la cultura popular y en el diseño, para llegar a una reflexión y comparación de ambos en el tiempo y centrarnos en esta época, así como la importancia de la fotografía digital en la cultura popular, en el diseño, en el Pop Art, su uso y las aplicaciones de ella en ambos, haciendo una comparativa de lo que se realizaba antes de la fotografía digital y lo que se realiza actualmente con ella, lo que surge visualmente y lo que se experimenta.

2.- Cultura Popular y Pop Art.

2.1 ¿ Que es la cultura Popular en México ?

Usamos el termino “Cultura” en el sentido genérico que le atribuye el campo de estudios etnoantropológicos: es decir, no como lo contrario de incultura y sin intentar designar ciertas actividades o productos intelectuales que son o parecen de mayor altura o más organizadas y conscientes.

“ Se usa para nombrar las actividades y productos intelectuales y manuales del hombre en sociedad, en cualquiera que sean las formas y contenidos, la orientación y el grado de complejidad o de conciencia”. (29)

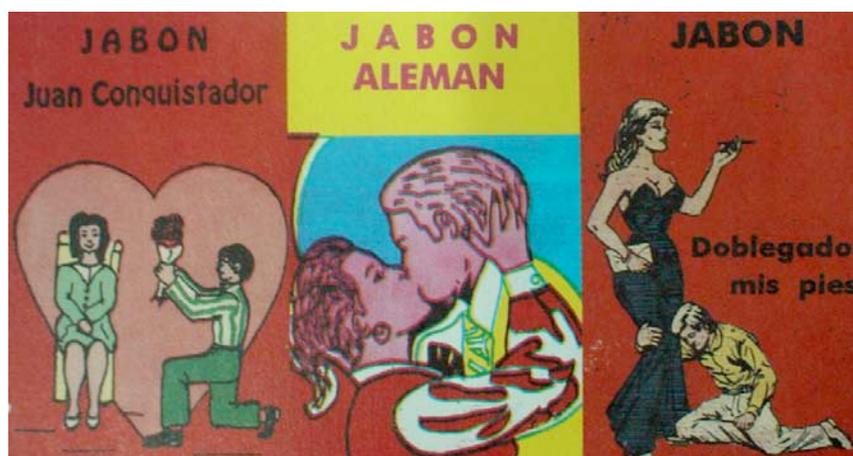
En las sociedades llamadas “superiores”, las distinciones, separaciones, estratificaciones y oposiciones sociales entre las clases o estratos con diverso poder político-económico, hallan una general equivalencia en ciertas distinciones, separaciones, estratificaciones y oposiciones culturales. Las concepciones, comportamientos y el matrimonio de cogniciones de las elites (clases y estratos “dominantes y hegemónicos”) no son por cierto iguales a las del llamado “pueblo” (clases y estratos “dominados y subalternos”). La diversidad, condición social, política, económica, va acompañada de una diversidad cultural de conocimientos y convicciones, a más de los usos y costumbres, observancias, gustos.

Para otros la concepción de cultura corresponde específicamente al significado de una persona culta, es decir, tiene un énfasis más individual que social, e implica, la alusión a una elite culta o ilustrada, dando por supuesta la alfabetización del ámbito del arte y de todas sus manifestaciones.

29 Sabrían Lombardi .**La Cultura Popular** .ED. Colegio de Michoacán ITESO, año 1990. Pág.17.

Para otros la clásica definición de *folklore*, citada en todos los manuales y casi nunca interpretada en conexión con la sociedad anglosajona de mediados del siglo XIX en la que por primera vez, se acuñó un término para indicar el conjunto de los intereses culturales, productos de la cultura popular.(aparece por primera vez en Inglaterra el 22 de agosto de 1846 en la revista londinense *Althenaeum*). Anterior a este término es conocida como antiguales populares, supersticiones.

“Existen diferentes maneras de interpretar el folklore, podemos referirnos también a aquel auspiciado con gusto por los diferentes entes provinciales para el turismo o administraciones autónomas, que exageran y evidencian lo pintoresco de las tradiciones populares locales, las cuales presentan sus diferentes “partes” como burgueses, en un bien organizado modo de vida integrado, que conserva refinadamente caracteres de populismo, objetos de sentimiento de amor paternalista y abstractos”.(30)



(15) Cap. 2 Jabón Juan el Conquistador, polvos jabones y perfumes, Pág.82 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**. Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

30 Cimet Esther, et al., **Cultura y Sociedad en México**. ED. CENIDIAP, México, INBA, 1987, Pág.17.



(16) Perfume de Ven A Mi, polvos ,jabones y perfumes, Pág.83 del libro **Sensacional del Diseño Mexicano**. Juan Carlos Mena , con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce ediciones.

Recordemos que el *folklore* existe cuando existe una cultura en el poder que se asume con respecto a una cultura diferente impugnadora con contenidos específicos. El *folklore*, es la voz del ghetto en el cual han sido confinadas las clases dominadas, y a la ciencia folklórica tradicional le ha sido encomendada la función de hablar de dichas clases como si no fueran dominadas. “Toda sociedad cuyas estructuras estén basadas solo sobre diferenciaciones culturales, de clase, y sobre sistemas competitivos, se crea en su seno áreas de compensación a las propias contradicciones, en las cuales poder concretar la necesidad de negar o de fijar en una objetivación una parte propia de la subjetividad” (32)

Es así como sucede en el diseño popular mexicano, en el cual se reflejan creencias, costumbres, circunstancias, identidad, necesidad de comunicar y exponer toda esta imaginaria popular.

32 Antología de Textos. **Colección de Artes Plásticas**. Investigación y Documentación de las Artes, México ,1987, Pág. 192.

Tomando en cuenta que son las clases dominantes, las que excluyen a las subalternas tanto de la producción como del consumo de ciertos bienes culturales, fueron de alguna manera las que modificaron parcialmente su ideología y sus prácticas siguen excluyendo al pueblo del control de la producción, pero llegan a admitir en ocasiones, el consumo de muchos productos culturales a vastos sectores para expandir las ventas.

El ascenso socioeconómico y cultural de las clases populares, sus exigencias de participación en el consumo “moderno” convergen en un sentido, con esa necesidad de avance del mercado.

“Sin embargo la cultura dominante se internaliza en los hábitos populares, se reduce lo étnico a lo típico, se uniforman las diversas estrategias ensayadas para sobrevivir por las clases oprimidas a fin de subordinarlas a la organización transnacional de lo simbólico. Esa necesidad de renovar la demanda llevó a empresas industriales a usar diseños indígenas, al sector nacionalista de la burguesía y a artistas interesados en la difusión o temáticas populares, a incorporar a los circuitos de elites mensajes de las clases subalternas, que actualmente vemos en tiendas, productos, indumentarias, museos, medios de comunicación, con personajes, cuestiones cotidianas adaptadas a esta modernidad y a esta época.”⁽³³⁾

Con lo anterior que mencionamos, es necesario puntualizar que ningún objeto tiene generalizado eternamente su carácter popular porque haya sido producido por el pueblo o este lo consuma con avidez, el sentido y el valor populares se van conquistando en las relaciones sociales.

33 Ibídem Pág.198.

“La Cultura es una compleja y dinámica ecología de personas, cosas, cosmovisiones, actividades y escenarios que fundamentalmente permanecen estables, pero que también va cambiando en virtud de la comunicación de rutina y la interacción social. La cultura es un contexto. Es el modo que tenemos de hablar y de vestirnos, es lo que comemos y como lo preparamos, son los dioses que inventamos y los modos en que los veneramos, la forma en que repartimos el tiempo y el espacio, como bailamos, los valores que le inculcamos a nuestros hijos y todos los demás detalles que conforman nuestra vida cotidiana. Esta perspectiva de la cultura implica que ninguna cultura es inherente superior a otra y que la riqueza cultural en modo alguno deriva de la posición económica”.(34)



(17) El Enmascarado de Plata, calcomanía, Pág.93,del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes,Trilce Ediciones.



(18) Amores y Amantes, libro semanal ,libro sentimental, aroma de mujer, rosas y espinas, en carne propia, Pág. 79 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena, con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

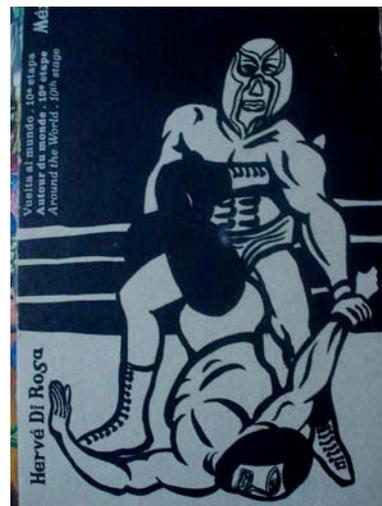
34 Lully James. **Medios, Comunicación, Cultura**. ED. Aproximación global editores, Pág.92

“Hoy los individuos y grupos combinan los recursos familiares que van desde la comida, el lenguaje y los ritos religiosos hasta los programas de televisión y la música popular según repertorios culturales distintivos o conjuntos de herramientas que utilizan para dar forma a sus hábitos, destrezas, los estilos y las estrategias de acción. Los particulares modos de vida que conocemos y las estrategias de acción que inventamos están compuestas por un caudal bastante expandido y diferenciado de recursos culturales”. (35)

Volviendo un poco a la expresión de cultura popular, esta significa literalmente “ la cultura del pueblo, de la gente”. En este sentido “popular” no significa ampliamente difundido, de corriente principal o dominante o de gran éxito comercial. En las lenguas y culturas latinas, la palabra “popular”, se refiere mucho más a la idea de que la cultura se desarrolla a partir de la creatividad de la gente común. La cultura popular procede de la gente: no es algo que se da a la gente.



(19) Estéticas, rótulos sobre pared, metal y vidrio, Durango México, Pág. 52 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.



(20) Portada del libro **Hervi Di Rosa, Vuelta al mundo** 10 a etapa Autor Du Monde, 10e etape, Around the World 10th stage, México, trilce Ediciones.

35 Ibídem Pág. 93.

Todos producimos cultura popular y construir cultura popular es un ejercicio de poder cultural. John Fiske, teórico de los estudios culturales se refiere a la relación entre cultura popular y poder cultural cuando analiza como los admiradores de artefactos culturales que van desde los *blue jeans* hasta Madonna, los interpreta y los utiliza tácticamente de manera muy variadas según sus intereses particulares. Sostiene que la cultura popular nunca es dominante porque siempre surge como una reacción contra las fuerzas de dominación y nunca como parte de ellas.

La cultura popular no es una explotación comercial capitalista o una cultura masiva, sino una forma de resistencia contra las fuerzas culturales e ideológicas dominantes y un modo de evitarlas. Los placeres populares, deben ser siempre los de aquellos que están oprimidos, deben contener elementos de oposición, de evasión, de escándalo, de ofensa, de vulgaridad, de resistencia.

“ Los medios de comunicación masiva reflejan la realidad social y la crean, además de contribuir a facilitar la construcción social de la realidad cultural. Reúnen fragmentos simbólicos para producir relatos que se asemejen en algunos sentidos, con ciertos temas, ciertos géneros, estilos y hasta personajes famosos, para producir reacciones positivas, tocar identidades emociones, opiniones, gustos, ambiciones. imágenes, que puedan ser representaciones culturales a las situaciones de vida cotidiana.

Estos impulsos e imágenes culturales se originan en los ámbitos cotidianos para luego ser acogidos, interpretados y usados por la gente común. En todas partes las personas quieren tener cosas. Los bienes y la imaginería del consumo, constituyen recursos indispensables que dirigen y modifican la cultura “. (36)

36 *Ibidem* Pág. 100.

Recapitulando un poco entonces la cultura popular: es la creación espontánea de un pueblo, es su memoria convertida en mercancía o en espectáculo exótico, es también un atraso que la industria va reduciendo a curiosidad para turistas.

Es todo lo creativo y lo manual, la belleza y la sabiduría del pueblo, es podernos imaginar sentimentalmente comunidades puras sin contacto con el desarrollo capitalista, sin olvidarnos que las culturas populares en ocasiones son también el resultado de la absorción de las ideologías dominantes y las contradicciones de las propias clases oprimidas.

Así como también son el resultado de las modas intelectuales de nuestro tiempo, la de la sociedad postindustrial, cuya expresión cultural sería “la posmodernidad”, la cual se ha empeñado en diluir las fronteras entre las clases y las culturas. Estas sociedades “posmodernas” tendrían como marca características la universalización de la *middle class* y la abolición de diferencias cualitativas en una cultura de hoy *estandarizada* por los mass media.

“Se suma a esa pérdida de visibilidad de lo popular, de la cultura popular, de las identidades populares, se desvanece ante nuestros ojos al toque de esa varita mágica como mencionamos anteriormente llamada posmodernidad, la cual comporta la “hibridación” de todas las culturas, y por implicación lógica, de todos los discursos, de modo que pierde sentido la distinción entre lo culto, lo masivo y lo popular: entre discurso dominante y discurso popular”. (37)

Hablar de cultura popular significa reconocer que existe una expresividad propia de las clases populares en la producción de formas simbólicas, sea el ámbito del lenguaje y del discurso, sea en el de la producción estética, sea en el de la estilización de la vida festiva y cotidiana.

Así como también decir que es un solo expediente cómodo para designar en forma estenografita la enorme diversidad de las expresiones culturales propias de los estratos llamados populares. En efecto, la noción, de “pueblo” no garantiza por si misma alguna forma de unidad a la cultura, ya que se trata de una categoría abstracta que solo designa al conjunto de las clases subalternas de una determinada sociedad.



(21) Legítimo Polvo Alemán, polvos, jabones y perfumes, Pág.83,del libro Sensacional de Diseño Mexicano, Juan Carlos Mena, con la colaboración de Oscar Reyes,Trilce Ediciones.

Las imágenes que hemos visto ilustrar en cada uno de las páginas conforme avanza el capítulo, pretenden reforzar conceptos, dar énfasis a cada uno de ellos, hacer una mejora en la definición de cultura.(imagen 15 a la 21).

“La cultura popular, implica condición social, la noción actual, es la contrapuesta a cultura dominante, cultura de elite y cultura de masas, cultura de los de abajo, fabricada por ellos mismos, carente de medios técnicos, sus productores y consumidores son los mismos individuos: crean y ejercen cultura”. (38)

En México las mejores expresiones culturales se conservan, se fomentan, se transmiten en las calles, en las festividades populares, en las tradiciones, que en algún tiempo fueron innovaciones, pero que dejan de ser estáticas, y que se reinventan constantemente.

Donde podemos ver un claro ejemplo de lo antes mencionado, es en las siguientes imágenes, donde, tradición, diseño ,arte popular, se fusionan y se transforman, sin dejar a un lado el legado de la cultura mexicana, representando la estética contemporánea y mexicanidad en los diseños.



(22) Fotografía de la Imagen del niño Dios de la Exposición del día 2 de la Candelaria, en el Museo Nacional de Las Culturas Populares tamaño 30cm ,año 2011.



(23) Fotografía de la Imagen del niño Dios de la Exposición del día 2 de la Candelaria, en el Museo Nacional de Las Culturas Populares tamaño 30cm ,año 2011.

38 Roth Seneff José Lameiras. **El Verbo popular discurso e identidad de la cultura mexicana**, ED El Colegio de Michoacán ITESO, Pág.95



(24) Fotografía de la Imagen del niño Dios de la Exposición del día 2 de la Candelaria, en el Museo Nacional de Las Culturas Populares tamaño 30cm ,año 2011.



(25) Fotografía de la Imagen del niño Dios de la Exposición del día 2 de la Candelaria, en el Museo Nacional de Las Culturas Populares tamaño 30cm ,año 2011.

Dentro de esta cultura popular para algunos, el pueblo vive en un conjunto social real y contradictorio a lo que se podría considerar como un mismo orden social, este conjunto es la plebe o populacho que forma parte esencial de la vida cotidiana del pueblo en general.

Para otros explicar tales diferencias, como lo hace el sociólogo norteamericano Herbert Gans, es incluir la clase social y cultural en un concepto que llamo "la cultura del gusto", la cultura del gusto designa los estratos culturales que existen en una sociedad, asimilables a los estratos de clase de esa misma sociedad. Si bien nos dice que sean equivalentes, Gans encuentra significados paralelos entre el gusto y la posición de clase social.

Un ejemplo simple que ilustra este punto de vista es que la gente perteneciente a las clases socioeconómicas altas prefiere la música clásica en mayor proporción que las personas pertenecientes a clases bajas, pero aun con esto, las relaciones entre la clase social y el gusto rara vez son tan netas como este ejemplo. Lewis (1992) muestra que las preferencias que manifiesta la gente en la música, desde el rap hasta la música country o del Oeste, el gusto también tiene que ver con factores demográficos, orientaciones estéticas y consideraciones políticas.

“A su vez el sociólogo Frances Pierre Bourdieu (1984, 1990), fue quien, tanto en su investigación como en sus escritos, realizó, el esfuerzo más sistemático para luchar en el plano teórico con la problemática relación que pueda existir entre gusto, cultura, estructura social. Bourdieu reelaboró, el concepto de habitus, para definir un sistema de actividades culturales aprendidas que diferencian a las personas por sus estilos de vida.” (39)

El habitus comprende toda la gama de actividades culturales: la producción, la percepción, la evaluación, de las prácticas cotidianas, éste justifica el gusto, conectado a los sentidos, penetra en el cuerpo, en el espíritu.

Según Bourdieu, las zonas de bienestar cultural, y los modos característicos, de actuar se aprenden a través de la experiencia social. El espacio social se construye en la práctica social y la práctica no está determinada por esa estructura social, lo que una persona aprende en el plano cultural recibe evidentemente la influencia de los gustos y las actividades cotidianas de las personas que pertenecen a su misma clase social.

39 Roth Seneff José Lameiras. **El Verbo popular discurso e identidad de la cultura mexicana**, ED El Colegio de Michoacán ITESO. Pág.95

Además, la experiencia social no es algo que se aprenda directamente, no adquirimos orientaciones y destrezas culturales mediante la mera imitación de lo que nos rodea. Bourdieu describe este sutil proceso de aprendizaje sociocultural con una muy conocida metáfora tomada del mundo de los deportes, cree que el hábito se desarrolla de manera muy semejante al modo en que los atletas adquieren el conocimiento y a las estrategias de un deporte por su sentir del juego, especialmente en los deportes de acción constante, tales como el fútbol o el básquet, los jugadores veteranos saben que hacer de manera instintiva. Así como alguien practica un deporte hábilmente; las personas desarrollan las habilidades y los estilos culturales como una segunda naturaleza.

“Aplicado en otras palabras, lo que Bourdieu dice, es que uno sabe que hacer, aun sin pensar siquiera en ello, por aquello del conocimiento acumulado, de lo que tienes por costumbre, por asociación, repetición, práctica estrategia, las cuales sumadas, llegan a constituir un sistema de disposiciones adquiridas y un principio organizador de la acción aplicada al juego cultural y lo que uno quiere y consume en él”.

(40)

De ese juego cultural del que hablamos y con el que cerraremos este punto de este capítulo será el llamado cultura popular, a este término que para algunos es el realizado generalmente por anónimos, con base no académicas sino fundadas en la tradición, con una manifestación pluritecnica y pluricultural, la cual estará delimitada por su regionalidad y por su etnicidad.

Que utiliza y suma lo anterior para asentar esa tradición que se contrapone a la globalización, a lo contemporáneo, al pop, a lo instalacionista, y que lleva esta expresión a una hibridez total, pero que mantiene diversidad de expresiones, manifestaciones y de creaciones artísticas.

Por otra parte, sumado a estas ideas, el ámbito social en las sociedades capitalistas, presenta una serie de modos de relación que incluyen los diferentes valores del signo, enunciados por el sociólogo francés Jean Baudrillard, el valor de uso; el valor de cambio y el valor de significación. El primero se refiere al valor que poseen de manera natural las mercancías en relación con el uso para el que están destinadas: un martillo es útil para golpear, clavar, romper, retacar, pero no para destornillar, sujetar, torcer . El valor de cambio se refiere a la posibilidad de realizar un trueque ya sea por dinero, por otro martillo, o por cualquier otro objeto en el que dos partes convengan llevarlo a cabo. Resulta poco probable que alguien acepte realizar un cambio de un martillo por un auto último modelo, o de un objeto demasiado caro por otro de un valor significativamente menor.

Por último el valor de significación es aquel que se refiere a un valor centrado en la posible ostentación o bien que sirva para evidenciar los estratos generados por los modos de relación, particularmente los derivados del nivel económico, entre las diferentes grupos que componen el contrato social. En la práctica real de las relaciones sociales no significa lo mismo manejar un auto compacto de precio menor a poseer un auto de importación de una marca reconocida como carísima y de lujo. Matiz de Pontiac vs Lamborghini Diablo. Los dos vehículos en realidad sirven para transportarse de igual manera pero el de importación presenta un valor excedente avalado o soportado por los modos de relación entre los grupos sociales.

Hasta aquí he tratado de referirme a las concepciones generales de Cultura popular, de folklore, de cultura de masa, de arte popular, arte y diseño popular, de habitus y de los diferentes valores del signo, con la intención de establecer una plataforma de interpretación que me ayude a explicarme los diferentes modos de producción de imágenes y productos de diseño en una sociedad capitalista.

Si bien en este capítulo no se habla continuamente de Diseño, su producción y relación debe contemplarse implícita, pues la ubicación correcta de diferentes estratos de conceptualización así lo demandan.

Con esto quiero decir que no es sencillo clasificar y dividir las diferentes expresiones de diseño y como se introducen y participan en los diferentes modos de relación de los grupos y estratos sociales. En ocasiones debe contemplarse el origen de un producto para poder concebirlo como popular, pero en su dimensión de circulación como mercancía se puede ver enriquecida o trastocada su intención original. Un producto puede ser generado en un ámbito popular y terminar convertido en un objeto de cultura de masas. Las categorizaciones no deben interpretarse como rígidas o definitivas, pues están en relación e interdependencia con una red contextual que no solo las significa sino también las resignifica constantemente.

En la siguiente parte, me abocaré a desarrollar lo relacionado con el surgimiento y evolución del Pop Art, en el cual primero hablaremos de Inglaterra, después Estados Unidos para finalizar con su impacto y repercusión en México, esto con la intención de aproximarme al contenido medular de esta investigación, que es la relación del arte pop y el diseño.

Los conceptos, los escritos y las distintas definiciones, estarán acompañados de diversas imágenes que veremos a lo largo de las páginas siguientes que abarcan de la Pág. 41 a la 46, las cuales a su vez, están numeradas de la 26 a la 36 y muestran diversos ejemplos sobre el Pop Art.

2.2 ¿ Qué fue el Pop Art en Estados Unidos?

El termino Pop apareció por primera vez impreso en un artículo del crítico inglés Lawrence Alloway (1926-1990) en 1958, quien explica que la usó, a mediados de los años cincuenta, refiriéndose a la cultura popular, para aludir a los productos de los medios de comunicación de masas, aunque no al arte.

En este contexto sociocultural, surge un nuevo arte, que negaba la cultura urbana, pero la tenía muy presente, como manifestación de la transformación que se estaba produciendo en la sociedad.

“Nace en Inglaterra, donde un puñado de jóvenes arquitectos, escritores, artistas e intelectuales habían mostrado especial interés por el colorido vocabulario de los medios de comunicación, comerciales, masas del cine, publicidad, ciencia ficción, diseño de productos, fundando una especie de comunidad de trabajo llamada el Independent Group en el Institute Contemporary Arts (ICA) de Londres, estos jóvenes eran Alloway, Alison, Peter Smithson, Richard Hamilton. Este último con su collage ¿Simplemente, qué es lo que hace diferentes, tan acogedores, a los lugares de hoy?, fue la primera obra que alcanzo la categoría de símbolo. En este collage aparece un cómodo interior con televisión, magnetófono y una asistente con la gran aportación a la limpieza doméstica: el aspirador . Una pareja, ambos de aspecto sexy, disfrutando de esta comodidad: ella desnuda y tumbada en el sofá: el, un escultórico efebo que sostiene un enorme y sugestivo chupachús de marca Pop, solo aparecen preocupados por su aspecto físico y por disfrutar de lo que ofrece la vida urbana moderna, como muestran de las referencias al mundo del teatro y a productos comerciales, como automóviles y comida enlatada “. (41)



(26) Sencillamente ¿qué es lo que hace que los hogares de hoy sean tan diferentes, tan llamativos ?,1965, Collage,26X25, Tuburiga: Kunsthalle Tübingen, Richard Hamilton Pág.39 del libro equipo editorial Therna, **Andy Warhol**, ED.Tikal,Susaeta ediciones.

Realizada con anuncios de revista de los Estados Unidos, se creó en un principio para una exposición de grupo, en 1956 "Esto es el mañana", con esto se entraba a una nueva era, a una nueva manifestación de arte.

"Esto alimentó el lenguaje del arte, los diseños y las nuevas tecnologías, las cuales aparecieron en Estados Unidos, para ser más exactos en Nueva York, en Manhattan, con un grupo de artistas que se dieron a conocer en numerosas exposiciones monográficas de 1961 y 1962, entre los que se encontraban:

Billy, Al Bengston, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, James Rosenquist, Tom Wesselman y Andy Warhol, los más habituales, más adelante se sumarían Jasper Johns y Larry Rivers. En sus pinturas y esculturas encontraríamos, el idioma de la cultura urbana de las grandes ciudades, los anuncios, los cómics, la fotografía, la ilustración, el diseño". (42)

Algunas imágenes que vemos de algunos exponentes son las siguientes:



(27) Joan Crawford dice, James Rosenquist 1962
óleo sobre lienzo 97X78cm, colonia musem Ludwig
Pág.41 del libro equipo editorial Thema, **Andy Warhol**
ED, Tikal, Susaeeta ediciones.



(28) We rose up slowly (nos elevamos lentamente)
Roy Lichtenstein, óleo y magna sobre tela dos piezas
173X61cm(izquierda) y173x173 (derecha), Frankurt
Museum For Modern Kunst, Pág. 55 del libro Equipo
Editorial Thema, **Andy Warhol**, ED. Tikal, Susaeta
ediciones.

42 Warhol Andy. **El Arte Pop**. Ed. Tikal, Pág. 41.



(29) Bathtub número 3 (bañera número 3), Tom
Wesselman, 1963, óleo sobre lienzo, plástico objetos
Reales 273X270X45cm, Colonia Musem Ludwig,
Pág. 60 del libro Editorial Thema **Andy Warhol**,
Susaeta Ediciones.



(30) Fumadora número 8 Tom Wesselman 1973, óleo sobre
lienzo, plástico objetos reales 210X265cm, colección particular
del libro Equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, ED. Tikal
Susaeta Ediciones.



(31) Gran Coca Cola 1962, Andy Warhol, acrílico sobre lienzo 208X144.8 cm
colección Elizabeth and Michel Rea, Pág. 81 del libro equipo Editorial Therna
Andy Warhol, ED. Tikal, Susaeta ediciones.

“Llevar el arte a la vida cotidiana es uno de los objetivos que han perseguido siempre los artistas, comprometerse con su realidad social y acercar sus obras al público, los artistas del pop abrieron su camino, utilizando como objeto de este arte su realidad inmediata, era como preguntarse ¿para qué vamos a pintar manzanas, jarrones o paisajes si lo que consumimos son coca-colas, dólares o estrellas de cine?, presentarlos tal cual son, apropiarse de esos fragmentos de realidad que mencionamos, ubicarlos en contextos artísticos, era lo que ellos querían, además de, fusionar la cultura de la moda, el arte folclórico, el diseño, las publicaciones, el arte culto, para sumergirlos en la vorágine democrática y volátil“ .(43)

“Dentro del Pop, encontramos esa creación novedosa, la unicidad de un objeto denominado artístico en contraposición con los objetos producidos en serie propios de las sociedades industrializadas, la transmisión de una idea, que mientras más simplificada se presente, y más repetitiva esté, mayor será su alcance y su efectividad, mensajes que por momentos reflejan una pérdida de la inocencia, de enajenación complacida y de cinismo, traducido a cultura de masas”. (44)

“Según postula “Marshall Mc Luhan, los medios son extensiones de las capacidades humanas: el automóvil, es una extensión de las piernas, la cámara fotográfica una extensión del ojo, las computadoras una extensión de la memoria. A través de los medios de comunicación se pueden ocupar diversos sitios como discos, películas, revistas, libros, televisión, esta última es la extensión de uno mismo. Dice Warhol “Si fueras estrella del mayor espectáculo y una noche caminaras por cualquier calle norteamericana mientras estuvieras en el aire, y si miraras por las ventanas y te vieras en la televisión de todas las salas de estar, ocupando parte de su espacio, ¿podrías imaginar como te sentirías?”(45).

43 Andrea Camarelli, “Warhol o la nueva naturaleza muerta”. **Sábado, Uno mas uno**, México DF, sábado 19 octubre 2009, Pág.5.

44Guillermo Samperio,“El arte de ser Warhol”. **Dominical, La Crónica de hoy**, México DF, domingo 26 septiembre 1999, Pág. 47.

45 Ídem.

El hombre tiene sus medios para transmitir su imagen, reproduciéndose directamente a sí mismo o a las obras que crea. La sensibilidad de una sociedad dominada por la revolución industrial.

La obra Pop, es un lugar donde por un momento, la belleza se condensa para ser apreciada desde una perspectiva especial propuesta por el artista, que ha tomado esta imagen y su encanto del mundo que la irradia.

Un ejemplo de esto es Andy Warhol, quien contribuyó en gran medida a cambiar la lectura de la imagen del mundo actual. Es como todo aquello que vemos a diario, imágenes repetitivas, en serie, estetizadas, fragmentadas, y en gran medida falsas, imágenes que revierten a la cultura contemporánea por abordar en esencia el tema de la celebridad inventada, la celebridad por celebridad misma, ejemplo de esto, sus imágenes de Mickey Mouse, Garbo, Superman, Drácula, Grace Kelly, Pato Donald, Liz Taylor, Marilyn Monroe.

“Como artista, retomó el realismo, para introducirlo en la reserva iconográfica del arte, elementos antes impensables, domésticos, degradables, escandalosos desde un enfoque tradicional, en 1961 realizó los trabajos de la famosa lata de sopa Campbells, y en 1962 los expuso en una galería privada, los mensajes en estas obras y en sus serigrafías, es en general claro, en ellas se manifiesta la igualdad en que deriva la masificación, la factibilidad de producir en serie lo mismo el empaque de un alimento que los ídolos de la música popular o del cine, y luego desecharlos con la mayor tranquilidad.”⁽⁴⁶⁾

En las siguientes imágenes podemos ver algunas obras de Andy Warhol:

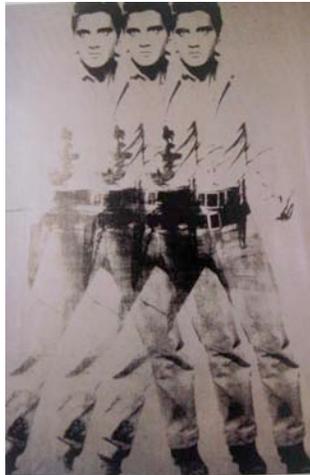
46 Blanca Villeda. "War holy pop", **De las Artes Plásticas, El Herarido**, Domingo 22 de agosto 1999, Pág.19



(32) Teléfono 1961, Andy Warhol, óleo sobre lienzo 1722X137,2cm Nueva York colección Particular, Pág.19 del libro Equipo Editorial Therma, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta Susaeta ediciones,



(33) Lata Sopa Campbell 1968, Serigrafía y Acrílico sobre lienzo Wolver Champton Art Gallery Pág.30 del libro Equipo Editorial Therma, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



(34) Elvis trile 1964, Serigrafía sobre lienzo 209X152cm Nueva York Colección Particular, Pág.152 del libro Editorial Therma, **Andy Warhol**, ED.Tikal,Susaeta ediciones.



(49) Las Dos Marilyn 1962, Serigrafía sobre lienzo 55X65cm
Colección Particular, Pág.164 del libro Editorial Therna
Andy Warhol, ED.Tikal,Susaeta ediciones.

Productos con suficiente demanda del público, que pudieran convertirse en iconos, retratar a personas o de conservas. “Puedes estar mirando la tele y beber una Coca Cola y puedes saber, que el presidente bebe Coca Cola, y piénsalo: tú también puedes beber Coca Cola y ninguna cantidad de dinero puede brindarte una mejor Coca Cola que la que esta vendiendo el mendigo de la esquina. Todas las Coca Colas son iguales y todas las Coca Colas son buenas”. (47)

47 Baudrillard Jean. **Crítica de la economía política del signo**. Ed. Siglo veintiuno, Pág.2.

En conclusión sean las serigrafías de Marilyn Monroe de Warhol, los óleos de tiras cómic de Lichtensein, las enormes hamburguesas y cucuruchos de helado de vinilo de Oldenburg y los desnudos de Wesselman, situados en escenas domésticas que incorporaban verdaderas cortinas de baño, teléfonos y armarios, agrupados a objetos cotidianos, medios de comunicación de masas, repetición o acumulación de objetos producidos en masa, el pop contribuyó en gran medida a cambiar la lectura de la imagen del mundo actual.

Quizás esto nos haga cuestionarnos que tanto estamos conscientes de lo que vemos a diario: imágenes repetitivas, en serie, estetizadas, fragmentadas y en gran medida falsas, vienen en gran medida del pop, que tan diferentes son los temas utilizados como eran: los de candentes crímenes, de sexo, de alimentación, de violencia, algunos con connotaciones políticas, morales, realistas, con mitos, realidades del sueño americano, la elevación del arte inferior, del termino bellas artes llevado a cultura popular, el retorno al diseño de productos, la publicidad, la moda y el diseño de interiores que tanto se utilizaron en ese entonces y tanto impactaron que aun hoy en día se deja sentir, se renueva y se recicla.

La popularidad del arte pop, no ha disminuido, se dispersó en otros movimientos, y llegó a otros lugares, tal es el caso de México, como lo veremos en las páginas siguientes.

2.3 Cultura Popular y diseño en México.

Hasta aquí hemos visto las diferentes manifestaciones de aplicación de la fotografía en relación con la cultura popular, la mayoría de ellas valga decirlo, recurriendo a la fotografía analógica. En nuestro país el arte pop se ha asentado de manera muy *sui generis* pues el universo de lo popular ha tenido una permanencia muy diferente, me refiero a las aplicaciones en el diseño gráfico, a aquella que se presenta en los países de primer mundo, la diferencia radica naturalmente en lo que respecta a los estratos sociales, pues en esos países las clases sociales están perfectamente demarcadas en comparación con nuestro país. En México la clase social mayoritaria es la clase baja, productora, generadora y consumidora natural de lo popular, por otro lado, un buen número de diseñadores mexicanos ha surgido de esa clase y como sociedad mantenemos una cercanía casi espiritual con los objetos estéticos populares, baste entrar a cualquier cocina mexicana para percatarse de una serie de elementos que provienen de un pasado histórico popular reciente y no tan reciente. Lo mismo podemos decir de la ropa y qué decir de las imágenes provenientes de las pequeñas tiendas de barrio. Algunas personas se han dedicado a coleccionar anuncios de refresco, cajetillas de cigarro, de cerillos, botellas, lo que muestra que el gusto por esas manifestaciones estéticas ha permeado en algunos miembros de la sociedad desde hace tiempo. En cierta medida, en particular los objetos de diseño popular, han contribuido a darle un plataforma de valores compartidos a la sociedad mexicana.

En fechas correspondientes a la segunda mitad de siglo XX con la aparición de la fotografía analógica acoplada a los sistemas de reproducción masiva han permitido que la propagación de imágenes se haya incrementado, a partir de la llegada de la fotografía digital el universo de producción y gestación de este tipo de imágenes se ha adecuado de mejor manera en parte por su integración con los programas de cómputo que complementan las tareas del diseñador.

Como mencionamos en las líneas anteriores, hablamos de cultura, de diseño popular, de la fotografía digital, integrada a los diversos medios de impresión, también es necesario mencionar que la función social juega un papel importante en todo esto, así que hagamos un análisis de esta, se requiere al mismo tiempo también un análisis crítico de la ideología del consumo que se da : en una previa condición absoluta, en la superación de una visión espontánea de los objetos, en términos de necesidad, y el de la hipótesis de la prioridad de su valor de uso.

“Esta hipótesis que se sostiene de la evidencia vivida que se le asigna a los objetos, a su *status* funcional, al de un utensilio vinculado a sus operaciones técnicas, a la mediación para las necesidades antropológicas naturales del individuo, es en esta perspectiva que los objetos son ante todo función de las necesidades y adquieren su sentido en la relación económica del hombre al entorno, algo muy frecuente en la cultura popular y en el diseño que veremos constantemente en cada imagen, en cada objeto o situación que lo represente, es que este no solo se fundará en lo que mencionamos acerca de necesidades y satisfacciones, sino en una teoría de la prestación social y de la significación “. (48)

Algo ya mencionado en las páginas anteriores, sumémosle a esto, el análisis sociológico del consumo, donde los objetos se multiplican y se diferencian, no de la relación de las necesidades, ni del valor del uso, sino del valor del intercambio simbólico, de prestación social, de competencia, de diferencia de clase . Llevándonos a considerar el consumo no por aquello por lo que se hace pasar una gratificación individual, generalizada, sino como un destino social, que afecta a ciertos grupos y a ciertas clases en mayor medida que a otros, o por oposición a otros.

48 Ibídem Pág.5.



(36) Casa de Petra, rótulo sobre metal, ciudad de México
Pág.130 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.



(37) El Pulpo Feliz, rótulo sobre pared,
Pág.147 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena, con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce E.

“Si hablamos de la función de los objetos es inminente, porque hasta que punto, este valor funcional esta regido por una moral social, que quiere que hoy el objeto, no más que el individuo deje de ser ocioso, ha de trabajar, ha de funcionar, que pase de ser decorativo, a vestirse de inutilidad, o que adopte los disfraces de la moda, que signifique, que confiera en el sentido social, que enlace la ideología hedonista del consumo, del esfuerzo de hacer y del merito”.(49)

49 Baudrillard Jean. **Critica de la economía política del signo**, ed. siglo veintiuno, Pág.4

“Esto vemos en las imágenes, en los objetos, en el diseño en esta cultura popular que se sigue retomando, reciclando, adaptando, ese consumo, esa jerarquía social, esa satisfacción de necesidades humanas, de trabajos simbólicos, de producción, de status, Chapin define el status como la oposición que ocupa un individuo o una familia, según los estándares dominantes de los bienes culturales, de los ingresos efectivos, de los bienes materiales y de la participación en las actividades de grupo de la colectividad”.⁽⁵⁰⁾

Pensando en ese *status*, y en lo mencionado anteriormente, lo que nos lleva a decir que es el consumo una parte importante en la cultura y en el diseño, pero que este depende de la calidad del material que se utilice, del estilo, de la forma y en el diseño de los objetos, de aspirar algo mejor, de traducir en imagen, en las indumentarias y sus texturas, en los colores, la calidad, los detalles, los espacios, en la sintaxis y la retórica cultural, en la tradición, en la identidad que son necesarios para darle valor a esa significación social que no deja de ajustarse a las variaciones económicas, políticas y sociales.

A través de los objetos, y de este consumo que cada individuo, cada grupo busca su lugar, su orden, el cual, dependerá de acuerdo con su trayectoria personal, es a través de los objetos que una sociedad habla, busca un proceso continuo del valor, de significación, de gusto por lo antiguo de autenticidad, del pasado, del origen.

50 *Ibidem* Pág.8



(38) Papanicolau, exámenes de rutina rótulo sobre pared Estado de México, Pág.261, del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.



(39) Rocío de Ofrenda de la Herradura Magnética polvos, jabones y perfumes, Pág. 333 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

Hagamos a continuación, un poco mas de énfasis en la cultura popular y el diseño, recordemos un poco que la historia de México desde la Colonia hasta la actualidad ha estado marcada por la manera en que se articulan las transformaciones sociales endógenas con un proceso de orden civilizatorio que abarca todos los continentes. Para ubicar nuestra reflexión sobre las culturas populares no debemos olvidar que sus sentidos diversos forman parte de esos cambios.

Las aproximaciones a las culturas populares siempre se han realizado desde ciertos contextos históricos, teóricos y personales. Es popular lo que proviene del pueblo, aunque previamente depurado y seleccionado por los anticuarios, coleccionistas o el “buen gusto” de las élites.

“Sumemos también que la cultura popular mexicana fue fundamental en la construcción de su contraparte colombiana en la primera mitad del siglo XX, y contó con la música y el cine como pilares esenciales. La cultura de masas, que conquistó el mundo desde los Estados Unidos, tuvo un lento desarrollo en el mundo hispánico. Sin embargo, en los años treinta del siglo XX, rápidamente la cultura mexicana asumió un indiscutido liderazgo y comenzó a irradiar su influencia en toda América Latina y aún, en España. En esto fueron fundamentales la industria discográfica y la radiodifusión, ambas de temprano desarrollo en México”. (51)

“El momento de aproximación para algunos de lo que es la cultura popular urbana en México fue la obra de José Guadalupe Posada porque ya implicaba una producción masiva para las circunstancias de la época. Es la fusión de temas, de culturas, creencias, supersticiones, costumbres; hábitos del mundo rural y del mundo de los parias urbanos y es la actualización de una visión a la vez personal y múltiple, en términos ya de mercado: *los comics* que más funcionan son *comics* que no están ajustados a una homogeneización. Son *comics* brutales, *underground*, o de vida mexicana picaresca, tradicional. La Familia Burrón es picaresca tradicional, Hermelinda Linda es *underground* “. (52)

51 www.cultura.popular, Héctor Rosales 7 mayo 2011.

52 *Ibidem*.



(40) Valeria Sección de Estrellas, volante, Pág.69 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la Colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones,

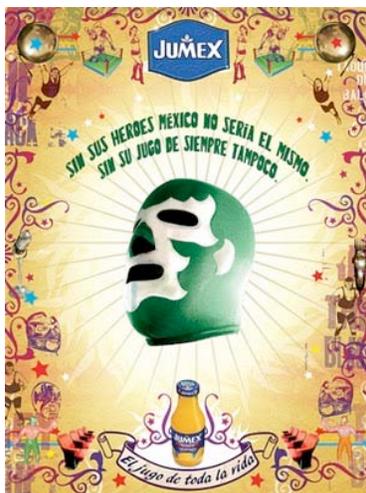


(41) Amores y Amantes, libro sentimental, aroma de de mujer, rosas y espinas, en carne propia, Pág. 79 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

Partiendo de estos ejemplos por mencionar algunos que se va dando el campo en el cual la cultura de masas, se va desarrollando de acuerdo a los cánones de la época, combinandose con la cultura popular, la cual se convierte en un modo de entender el arte, a través de una visión propiamente de masas.

Como se ha venido dando hasta esta época, sin olvidarnos que el diseño y la cultura se van adaptando a la tecnología, evolucionan con la época, con la sociedad, con los parámetros que se requieran en ese momento, con lo que vivimos en el entorno diario, con lo que vemos y consumimos, con esa mezcla entre lo nuevo, lo clásico, lo moderno, tal y como lo vimos en las imágenes de las páginas anteriores y con los pies de foto de la 36 a la 43.

Pero más adelante en el capítulo tres me enfocaré un poco más a ese consumo visual, a esa parte en la que las nuevas tecnologías digitales, entre ellas la fotografía, utilizan el diseño, la cultura, lo que se mantiene vigente, lo que se recicla, lo que se reinventa, la tradición, el intercambio, el color que esta implícito en nuestra sociedad, la diversidad, la gastronomía, el consumo, el vivir y el quehacer cotidiano para mantenerse vigentes, vivos, en evolución constante, adaptándolo a las diferentes necesidades del consumo y de las masas.



(42) Cartel Jumex Santo, Imagen Internet www.cultura.popular, Yahoo, abril 2011.



(43) Secuencias y Series Populares, Imagen Internet www.cultura.popular.Yahoo, abril 2011.

3.- Propuesta Personal.

3.1. Conceptos y Técnicas.

La Fotografía es la más accesible de todas las formas de arte. Esta al alcance de cualquiera y no exige ninguna facultad mental ni manual de excepción, aunque hay una gran diferencia entre un buen fotógrafo y alguien que se limita a apretar el botón de la cámara. La diferencia esta hecha en parte de técnica, de intuición, imaginación y percepción adiestrada.

“Hasta hace poco algunos fotógrafos solían considerar que el arte era la fotografía en blanco y negro. Esta actitud era el resultado de un simple accidente histórico y de un fundamental desconocimiento de lo que caracterizo a la imagen fotográfica. Los pioneros de la fotografía empezaron a trabajar en blanco y negro, aquellos fotógrafos que se decidieron por el color, tuvieron que enfrentarse a todos aquellos que lo consideraban una técnica demasiado explicita como para ser un arte” (53)

La técnica es un instrumento al servicio del arte, referente e imprescindible para cualquier proceso creativo, ya sea analógico o digital hablando específicamente dentro de la fotografía. La fotografía digital, se integra gradualmente al software, donde el artista fotógrafo, establece un diálogo con la computadora, mientras se ayuda con un ratón de luz sobre un tablero digitalizado para producir imágenes y dar rienda suelta a la creatividad.

53 Hedgecoe John, El Arte de la fotografía en color, H. Blume, Rosario 17, Madrid, 2002.

La fotografía digital, al igual que el arte digital, puede encontrar como parte de sus antecedentes, las propuestas del conceptualismo defines del siglo pasado, donde no pesa demasiado el dominio técnico en la ejecución de la obra, sino el concepto que se quiere representar.

“Es en este contexto que ha surgido algo parecido a un nuevo discurso sobre lo visual. Un discurso que acentúa y se congratula de la ruptura y la discontinuidad en la cultura visual y ofrece a cambio oposiciones rígidas entre lo viejo y lo nuevo”.⁽⁵⁴⁾

Es decir, que la fotografía digital no es sólo una nueva forma de captar imágenes, sino es también, una nueva forma de proporcionar técnicas, que pueden ser modificadas después de la toma.

“Su aparición ha revolucionado el modo de entender del proceso fotográfico en conjunto. La velocidad y la comodidad con que ella permite conseguir una copia final, la convierten en la respuesta a casi todos los deseos.” ⁽⁵⁵⁾

Es un modo de contar interactivo y abierto donde no hay espectadores sino usuarios con sed de creatividad y de participación, donde la fotografía combina, los dos puntos anteriores con la técnica, la intuición, el conocimiento, el uso de las cámaras, objetivos, filtros, el trabajo de la imaginación , la estética, el ponernos en contacto con la realidad.

Es aprender a ver lo que uno ve, ya lo decía Edmund Wilson: “Que el más completo ciudadano de la cultura moderna debe saber operar los dos mejores inventos de la cultura moderna: el automóvil y la cámara fotográfica.” ⁽⁵⁶⁾

54 Martín, Lister. *La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital*. Paidós, Barcelona, 1995, Pág.

55 Ibídem.

56 Mario, González, Suárez, “Aprender a ver lo que uno ve”, *Contraseña, Milenio*, México D.F., 26 octubre 2001, Pág. 48.

“Las fotografías digitales constituyen hoy un nuevo tipo de señal con propiedades diferentes de la imagen fotográfica, en relación al tiempo de captura, y a la forma de trabajar con ellas, por eso, estas nuevas imágenes pueden utilizarse para producir nuevas formas de entendimiento y también pueden fabricarse para provocar molestias y desorientar haciendo borrosas las cómodas fronteras y animando a la trasgresión de las reglas”. (57)

El objetivo es reflexionar sobre ese medio digital, fotográfico, sobre su posición, su teoría, sus elementos para abordar la representación del tema, las nuevas formas de trabajar con la computadora y sus resultados, a través de los signos, la cultura, la representación de la imagen, las teorías del lenguaje y su significado por si mismas, en un contexto cultural, en el tema del Pop Art.

Y si de Pop Art hablamos un poco más, como ya lo mencionamos antes, diremos, que en las décadas pasadas se dio un creciente uso de la repetición y la apropiación en el arte. Re-hacer, re-usar, re-ensamblar y re-combinar es la directriz de cierta actitud en la actualidad.

Una actitud que se encuentra vinculada con los fundamentos del Arte Pop de los años Sesenta y que se extiende, difunde, en una cultura donde la originalidad queda en entredicho, como nostalgia romántica, impulsada por la extendida tecnología, la copia y la libre difusión cibernética.

“Es aquí donde el Pop Art anuncia el toque de entrada, donde su ritmo en la cultura moderna, su interpretación de manera directa e indirecta, donde su hastío del mundo, su consumo desmedido, su fanatismo a los medios de comunicación, su creación de necesidades y aspiraciones inducidas artificialmente mediante la incursión a la variedad de técnicas se ve reflejado en cada una de sus imágenes.

57 *Ibíd.*

Sumándose a todo esto también el uso de colores llamativos, la utilización de cuadros y grabados, la potencialidad grafica inherente de las formas, la simplicidad de las imágenes con repetición visual tan utilizada en la cultura de masas para vender bienes y servicios, la falta de compromiso emocional que se logra percibir alrededor, la critica a la sociedad contemporánea, la frivolidad y las contradicciones del arte se vuelven parte de una realidad” (58)

Mi trabajo pretende puntualizar cada una de las palabras expuestas, enfatizar la postura del pop, sus conceptos y técnicas, mostrar cada una de las imágenes que presento en donde utilizo autorretratos e imágenes personales, comunes, que denoten no sola esa realidad social que vemos en los medios, en lo que consumimos visualmente, sino ubicarlas dentro de un contexto social, fusionarlas en una cultura de la moda, del arte folclórico, del diseño, las publicaciones, del arte culto, ejemplificar con ellas, utilizar diversas técnicas ayudada de algunas herramientas como lo son la cámara digital y la computadora para generar por medio de los colores, del uso de la luz tonalidades, armonía, contrastes, encuadres, sombras, desenfoques un significado.

Establecer un dialogo con mis imágenes, con mis emociones, mis sentimientos, sueños, miedos, ideas, captar más allá de la representación de lo que se ve a simple vista, destacar la esencia de cada una de las imágenes capturadas, hacer visible mi mirada sobre la realidad, sobre como esta ultima tiene diferentes connotaciones al integrarse o fusionarse con las diferentes formas o creaciones que le doy a mis imágenes, desde la toma fotográfica inicial, al tenerla frente a la computadora, al utilizar las diferentes herramientas que se encuentran dentro del programa. Es también obtener esa respuesta personal del momento en que se tiene que disparar la cámara, de esa exploración que me realizo con ella, de esa búsqueda que extrae mi propia información.

58 Martín, Lister. *.La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital*. ED. Paidós, Barcelona, 1995, Pág. 62

Así como resaltar que la cámara digital y la computadora con su programa PhotoShop facilitan el trabajo en rapidez a través de sus filtros, menus, comandos, que el tiempo de captura y realización de imágenes en ocasiones es menor, cuando todo antes se realizaban en el laboratorio fotográfico en horas o días y con procesos mecánico y manuales.

Muchas de las técnicas aplicadas de manera analógica las encontramos ahora en el programa así como actividades que se realizan que unifican disciplinas como la fotografía, la pintura, la escultura, el dibujo, la ilustración, sus comandos como la luz, el subexponer, sobreexponer una toma, filtros de conversión, de corrección de color, uso de ópticas, encuadres, coloreado a mano, solarizaciones, las herramientas de pinceles, los colores capa por capa como en un lienzo, las herramientas de arte con su diversidad, claro oscuro, lápiz de color, fotocopia, neón, texturas. Integra elementos que nos dan técnicas, nos dan corrientes, nos da opciones.

Así como, responder a las preguntas ¿es acaso la imagen digital una nueva interpretación de la realidad o solo es una reinención de lo viejo? Y si es una reinención por lo tanto ¿tiene una nueva transformación?

Son las seriaciones y las repeticiones parte de nuevo de una modernidad patológica, donde se observan los mismos personajes “bonitos”, “agradables” y “vendibles ¿por qué se retoman estas ideas de manera cíclica que surgieron en el Pop Art como medio de expresión artística en México, en combinación con la fotografía digital como medio de expresión y de consumo visual?

“ Esto sumado a obtener la respuesta de una pregunta ¿Qué es lo que consumimos visualmente? , lo que vemos al caminar por las calles, lo que hojeamos, lo que nuestros ojos ven, ¿es esta una imagen digital? O como denominara Roland Barthes : el haber estado allí de la fotografía”

Es posible entonces que la fotografía digital sea una nueva forma de concepción del mundo o un valor que está determinado por las formas y por su significado a través de los usos sociales para los que se emplea.

A continuación describiré de manera más detallada en que consiste mi trabajo, el cual incluye fotografías personales, todas ellas en su mayoría retratos posados en encuadres centrales, otros encuadres a la derecha o izquierda, con *close up*, encuadres medios, y uno que otro americano (de la cintura hacia arriba). Tomadas con luz natural algunas en exteriores, y otras en interiores, utilizando esporádicamente el flash como relleno en algunos casos.

Con algunos accesorios pensados para la toma fotográfica y otras con ropa informal, con un maquillaje natural y algunas veces un poco más cargado con la intención de resaltar algunos detalles en específico.

Pensando pocas veces en los fondos, centrándose más a la pose del retrato, a generar un primer plano con el autodisparador y en muy pocas acomodando el encuadre de la cámara y pidiendo solo ayuda con el botón disparador.

Las técnicas utilizadas dentro de la computadora, están trabajadas con el programa PhotoShop CS3 y CS4, son en general sencillas, ayudada de algunos filtros de corrección de color y de efectos especiales que describiré detalladamente más adelante fotografía por fotografía, pero que pretenden ser utilizadas para ejemplificar un poco la rapidez y la comodidad con la que se trabaja con la computadora y el programa que anteriormente los artistas del Pop no tenían, que su trabajo requería más tiempo y más procesos con diversas técnicas, por mencionar algunas como películas de alto contraste, el uso de la serigrafía, del acrílico, del óleo, recortes de periódicos, fotografías, pero que partían de una imagen como lo hago yo, de retratos en su gran mayoría, de momentos comunes, de conceptos que representar.

El utilizar autoretratos en el trabajo es porque no solo los artistas del Pop los utilizaron, sino que muchos artistas en las diversas corrientes lo han hecho, pero también es porque qué mejor forma de representar algo en lo que se experimenta que uno mismo, arreglando, desarreglando, modificando, quitando, generando composiciones.

Sumándole color, blanco y negro, repeticiones, o formas, algo similar a lo que hace uno con su propia persona a través de las diferentes facetas de la vida.

Un autorretrato como lo hicieron algunos exponentes a lo largo de la historia y de las diferentes corrientes artísticas, refleja la vida de quien lo muestra, lo que le sucede, lo que es la persona, lo que son sus más profundos miedos, sus facetas más ocultas, lo que quizás no se atreve a decir con palabras ni con actitudes pero si a través de una imagen, de una representación, de un color como lo mencione antes, de una forma, de una inclinación, una mirada, es hacer todo un ejercicio, analizarse profundamente, ponerse en evidencia con uno mismo, desnudarse ,mostrarse para los demás, anunciar las propias intenciones, detener el tiempo, encapsularlo, fragmentar realidades, inmortalizarse, representar hechos, crear un tema.

Mis fotografías toman como ejemplo los trabajos realizados por los artistas del Pop, como lo son :

* Andy Warhol con sus obras:

- 1.- *David Hockney* 1974,acrílico y serigrafía.
- 2.- *Autorretrato* de 1963 1963-1964, acrílico y serigrafía sobre lienzo,
- 3.- *Marilyn* 1962, acrílico y serigrafía.
- 4.- *Natalie Wood* 1962, serigrafía sobre lienzo.
- 5.- *Autorretrato* de 1986 acrílico y serigrafía.
- 6.- *Dieciséis Jackies* 1964, serigrafía y acrílicos sobre lienzos.
- 7.- *Jimmy Carter* 1976 acrílico y serigrafía.
- 8.- *Ethel Scull* 1963,acrílico y serigrafía.
- 9.- *Las dos Marilyn* 1962,serigrafía sobre lienzo.

10.- *Bill Murray* 1984 acrílico y serigrafía.

11.- *Holly Solomon* 1966 acrílico y serigrafía sobre lienzo.

12.- *Cien latas de sopa Campbell* 1962, óleo sobre lienzo.

* Roy Lichtenstein, con:

1.- *M-Maybe (a girl's Picture)* 1965, magna sobre lienzo,

2.- *We rose up slowly ...* (Nos elevamos lentamente), 1964 óleo y magna sobre tela.

3.- *Elvis Triple* 1964, serigrafía sobre lienzo.

* Tom Wesselman, con:

1.- *Bathum número 3* 1963, óleo sobre lienzo.

2.- *Fumador número 8* 1973, óleo sobre lienzo.

3.- *Smoker 1 Mouth* 121967, óleo sobre lienzo.

* James Rosenquist,

1.- *Sin título "Joan Crawford dice..."* 1962, óleo sobre lienzo.

Tomando algunos ejemplos de la publicidad que se aplica con el uso del Pop y que vemos en diversas tiendas, la cultura de masas, la cultura popular.

Los colores que se utilizan en las fotografías son aquellos que se utilizaron en el Pop, en la cultura popular, los cuales retomo y coloco en las fotografías, algunas formas son también utilizadas pero de manera muy básica, y cada uno de los conceptos que se denotan en la obra original, son tomados de manera muy específica con uno o dos conceptos que resalto en la composición final de mi trabajo, que explicare en cada una de ellas.

Las fotografías están ordenadas de forma que primero logremos observar la fotografía sin ningún cambio o modificación posible más que de luz y de color y la segunda imagen se elabora un poco más para dar paso al concepto y a la idea, por último la tercera fotografía en algunos caso presenta el trabajo de la segunda en un lienzo armado por medio de un fondo y un archivo nuevo, generando una composición cromática o acromática.

Por último mencionaré que la cámara digital con la que se trabajaron las fotografías fueron dos, en específico Canon Rebel Ti y la otra es una Canon EOS D60 con lente 28 – 50 mm, filtro UV, y Flash Canon TTL, el ISO varia pero son 100 o 400, tamaño de calidad media, con un balance de blancos de luz de día.

La plataforma fue Macintosh con los programas de PhotoShop CS3 Y CS4, a 170 dpi modificado a 300 dpi y a un tamaño aproximado de 20 a 30 cm.

En seguida presento las imágenes realizadas durante mi trabajo en tres y dos partes según el concepto, las cuales describiré de manera más detallada con los cambios realizados a cada imagen.

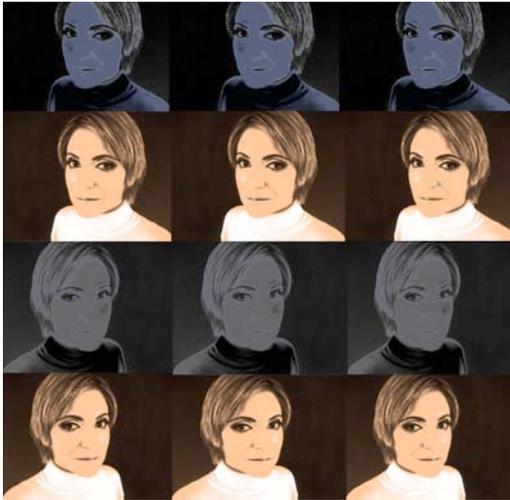
3.2 Toma fotográfica digital, aplicación en propuestas personales.



Fotografía digital, ISO 400, en interior con WB cálido, con fondo oscuro, primer plano, encuadre medio, con F 4.5,30/1, tamaño de la imagen modificada con el menú de image, comando image size a 22X16 cm, resolución 300dpi. Ajustes de color con el menu image, comando adjustments curves, y brillo y contraste. Programa CS3 Photoshop, Mac. Cámara utilizada Rebel Ti. Canon.



Partiendo de una imagen a color, de tamaño 16X22 cms. con resolución de 300dpi, menu image, comando Photo filter sepia, density 100%, de ahí partimos al menu filter comando artistic colored pencil, baje a un 25% para visualizarlo. Se utilizó el sepia para darle parecido a una imagen de Andy Warhol llamada *16 jackies*, que refleja en el color sobriedad y tristeza como esta cuando fue relizada, al igual que la otra. Los colores de las imágenes que se utilizaran en la composición se cambiaron con el menu adjuments, Photo filter en negro y morado. Trabajada en CS3, Mac.



En esta imagen partimos de una hoja en blanco tamaño carta con el menu file, comando new, dimos el tamaño letter y lo dejamos en 8.5X11 inches, abrimos la imagen anterior en el programa con file open, para partir al comando cmd a, cmd c y cmd v en la copia en blanco, con menu edit comando transform a escala lo ajustamos para generar la parte de en medio de mi hoja, activando en el menu view, comando rules, extras para tener los tamaños y medidas de la hoja, para así ponerla en el lado izquierdo de la hoja, se trataba de generar una composición con tres elementos iguales de cuatro filas, algo que diera 12 y no 16 como la obra de Andy Warhol de la *16 jackies*, con el fin de sumar el $1+2=3$ conservando los colores sobrios y las repeticiones, se tenía que generar movimiento por eso cuando se pegaban las otras copias se le daba menu edit, comando transform, filp horizontal, y ponerlo en las dos últimas filas, cada una era un layer, al final uno solo



La imagen anterior esta basada en esta imagen de Andy Warhol llamada Dieciséis Jackies, 1964, serigrafía y acrílico sobre lienzo, 16 paneles en total: 203,2X162,6cm, Minneapolis: Walker Art Center, Pág., 93, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Fotografía digital ,realizada en interior,con flash de relleno,sin cuidar el fondo, en un primer plano, posada, encuadre de la cintura hacia arriba, sin WF, ISO 400, F4,30/1 en TV, calidad media, resolución cambiada en comando size a 300 dpi 26X37 cm, ajustes ligeros de color con image adjustments, comando curves, brillo y contraste para que se vea mejor. Cámara Rebel Ti Canon.



Imagen que parte de la anterior fotografía, comando image, menu adjustments desature, menu filter artistic, colored pencil, menu filter sketch Graphics pen, mode RGB, herramienta pincel diameter 45,60 con lupa para rellenar los espacios mejor, foreground naranja, verde, magenta dissolve normal, colores utilizados en el pop,



La imagen anterior por sus colores y su forma de trabajar con estilo pictórico, esta basada en esta imagen de Tom Wesselman llamada Fumadora N.º 8, 1973, Óleo sobre lienzo, 210X265cm, Colección Particular, Pág. 61 del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Fotografía digital ISO 400, interior, flash relleno, encuadre close up, retrato, fondo lona, WF luz natural, cámara Canon Rebel Ti, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image comando adjustments curves y brillo y contraste. Pothoshop CS4, Mac.



Partiendo primero de una imagen a color digital con 300 dpi, size 21X37 cm, con parámetros de color normal, se abre en el programa de pothoshop CS3, menu image comando adjustments desature, image adjustments con treshold, lo más delgado que se pueda hasta preview 120, para suavizar las líneas, menu filter Blur, gaussian Blur en 2.2 pixels, para resaltar texturas un poco menu filter pixelate, color halfitone en 3.



Partiendo de la idea de generar una composición con dos fotografías una naranja y una verde que tengo en mi escritorio, que sean dos líneas de seis imágenes en repetición y con los colores del pop, género con file new, paper u.s. tamaño carta 21.59X27.94 cm, fondo blanco, aplicando en menu view extras and rules para guiarme en el acomodo, que esta desordenado, para generar movimiento , de un lado será el color naranja y el otro verde, abriendo con file open y localizando mi imagen naranja y mi imagen verde para ponerlas en mi hoja en blanco, utilizo los comandos cmd A, cmd C, cmd V y aparece una capa en mi composición de la misma forma genero la verde y las otras caras, teniedo 7 a 8 capas que más adelante acoplaré para generar una misma, el tamaño y el acomodo se los doy con el menu edit comando transform a escale, trabajado en CS4, Mac. Repetición de motivos, imágenes seriadas, cambios de color como en el Pop.



Las imágenes anteriores están basadas en esta imagen de coches, donde resaltan las series, la ilustración, la línea dibujística y el cambio de color, De Andy Warhol, Coche de Gran Premio Mercedes-Benz, W 125 de 1937,acrílico sobre tela, 1986, 152,5X127,5 cm Stuttgart: colección Daimler-Benz, Pág. 107, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Fotografía que parte de una imagen a color como la anterior, arreglada solo de corrección de color, para partir al menu image, comando adjustments desature, para ir a menu image nuevamente pero al adjustments de gradient map, dither activado, flecha de Harmonies colors 2 , experimentando con el naranja , guardandolo en formato photoshop para crear de la misma forma y con los mismos pasos solo que la experimentación con el verde, trabajado en el programa CS4, Mac. El uso de estos colores es porque se utilizaban en el pop y por el parecido a la obra Andy Warhol *Coche de Gran Premio Mercedes Benz W125 de 137*, una sola para generar después como el, la imagen seriada con líneas que vemos en la otra imagen de abajo.



Imagen que parte de un archivo abierto en photoshop en blanco y negro mode RGB, para comenzarlo a pintar con la herramienta del bote, con herramienta lupa y con herramienta brushes 40 para cuidar no salirse de las áreas color carne, café, azul, una vez terminado se hace una sola imagen para abrir otro documento con Menu file new tamaño carta y generar un background transparente, con herramienta bote lo pongo encima genero el fondo morado, en un layer genero los puntos blancos del ojo, otro boca y ojos. Esta imagen busca tener un parecido a la de Andy Warhol 1962 *Marilyn* en donde resalta el fondo y sus labios rojos.



Esta imagen de Andy Warhol llamada Marilyn en donde el la encuadra en un primer plano, tomado de una revista, pintando el glamour, sus labios rojos, es la retome para realizar la anterior, esta imagen es de 1962, acrílico y serigrafía, 101,5X101,5cm, Colección particular, Pág.76, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Fotografía digital sin flash, ISO 400, F 5.6 TV 30/1 , WF tungsteno, encuadre cerrado, retrato posado, la imagen se trabajó en menu Image size 300dpi, tamaño 21X35 cm, y de corrección de color se trabajó en menu image curves, para después darle brillo y contraste, en CS4, Mac y la cámara que se utilizó fue Canon Rebel ti.



Fotografía que parte de un archivo de fotografía a color con los parámetros normales de color, nos vamos al menu image adjustments Photo color filtro rojo al 100%, menu image, comando posterizacion.



Imagen que parte de abrir un documento con menu file new en CS4, tamaño carta 21.59X27.94 cm con fondo negro, se abre con file open y de la carpeta pop escojo el archivo que dice foto 12, cmd A, cmd C, cmd V, la coloco en el fondo negro, la coloco al centro y de la misma forma que lo descrito anteriormente genero 6 layers más que distribuyo en mi papel y que con el menu edit transform a scale, distort, scale, perspective, genero las formas y el acomodo de la composición, las secuencias, las fotografías, repeticiones, solo que esta vez un parecido a *My Marilyn* Richard Hamilton 1965 por la composición, y el color rojo tan utilizado por Andy Warhol, donde las propuestas y los motivos , eran diversos, cuyo objetivo era sorprender y llamar la atención.



Imagen en la que me base para realizar la anterior,
Por su color rojo, expresión, Autorretrato
Andy
Warhol, 1966, serigrafía y acrílico sobre
lienzo, 55.9X
55,9 cm, colección particular, Pág.173,
del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy
Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Fotografía digital ISO 100, Retrato
tomado en primer plano, WF luz de día, sin
flash, en exterior, F 5.6 1/25, image size
3000x2000 dpi, 21X27,9, uso de filtros para
corrección de color menu Image, comando
Adjustments color balance, menu image,
haciendo adjustments, curves, y terminar con
menu image, comando adjustments, brillo y
contrast, trabajada en CS4, en Mac, tomada
con cámara digital Canon D60.



Imagen que parte de una fotografía digital a color, menu image, adjustments desature, menu image, comando mode grayscale, menu image, comando adjustments level gray 4, 100, 124, menu filter artistic underpainting, CS4.



Para generar a composición en file new tamaño carta 21.59X27.94 fondo blanco, uso de cuatro layers con cuatro colores diferentes que parte de una imagen por cada uno, salvadas y realizadas de la siguiente manera según el color como lo vemos amarillo, azul, rojo y verde, se trabajan por separado y se unen en la composición para generar una sola imagen.



La Imagen que vemos aquí es en la que me base para la realización de las anteriores, por las fotografías, el acomodo, el color, la serie de cuatro imágenes, los retratos, realizada por Andy Warhol, de nombre Judith Green 1963-1964, acrílico sobre lienzo, 50,8X40,6 cm, Los Ángeles, Michael Kohn Gallery,., Pág.159, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Imagen generada a partir de una fotografía digital a color la cual se le da en el menú image modo adjustments threshold, se le da a blancos o a mejorar el blanco y negro, se trabaja en CS4, Mac.



Después de utilizar una imagen como la anterior en blanco, se abre el archivo, para generar una composición y pasarla a negro con el menú image, comando adjustments invert, se abre un documento con file new, tamaño carta 21.59X27.94 cms, con fondo negro con la herramienta de bote de pintura se pone el fondo, con el cmd A se selecciona, cmd C se copia y cmd V se pega en un layer se acomoda con menu edit, comando transform a escala, se acomoda un layer y de la misma forma el otro layer, para después acoplar la imagen con menu layer, comando flatten image, CS4, con Mac.



Teniendo la composición negra como base se pueden manejar distintivos colores como amarillo, magenta, verde, azul, según se quiera, esto se hace con muestra base negra, de ahí vamos al menu select, comando color range se habilita invert, image, y el gotero en menos o mas, posicionándolo en las partes que se quieran de color y se le da ok, y con el comando Alt. delete se cambia el color, según se tenga seleccionado en la herramienta de los cuadrados que ya mencionamos antes, aquí en el ejemplo tenemos el amarillo.



La siguiente imagen se tomo como ejemplo para realizar las anteriores, por los colores, por la composición, por la técnica, imagen de Andy Warhol llamada Liz azul como Cleopatra 1962, acrílico y serigrafía sobre lienzo 208,9X165,1 cm, Pág.165, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones.



Fotografía digital ISO 400 interior, flash relleno , encuadre medio, retrato posado, fondo lona, WF luz natural, cámara Canon Rebel Ti, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image, comando adjustments curves y brillo y contraste. Pothoshop CS4, Mac.



Partiendo de una fotografía digital a color, se usa el menu image, comando adjustments desature, menu image, comando adjustments treshold hasta quedar en blanco y cuidando rescatar un detalle como boca, ojos, y cejas, cabello, según el color que se le quiera dar es el layer que serán, con la herramienta goma se borra los detalles que no se quieran solo se dejan los del layer de ese momento, con el pincel pongo colores, selecciono el fondo en otro layer con los establecido, herramienta degradado.



Esta segunda imagen tomo como referencia lo importante para jugar con los fondos, la imagen se generó como lo mencionamos antes, lo que hay que hacer es jugar con el fondo, en este se trabajó el fondo por separado y luego se utilizó la imagen de este fondo que se trabajó con menu filter artisc, ahí se jugó con el tamaño y las imágenes.



Esta imagen, de Andy Warhol, sirvió como ejemplo para realizar las anteriores, retrato de famosas personalidades de primeros planos con el uso de colores y pinceladas, del año 1979 Judy Garland, acrílico sobre lienzo 101,6X101,6 cm: Londres: Laurence Graff Collection, Pág. 75, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones



Fotografía digital ISO 100, tomada en exterior dentro del auto, con WF de luz de día, retrato medio, posado, F 5.6 con 1/25, tomada con cámara canon D60, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image, comando adjustments curves y brillo y contraste. Photoshop CS4, Mac.



Para generar esta imagen, se usaron varias capas en la capa cero un fondo rojo, en la capa 1, se abrió un archivo de texturas, en la capa 2 se colocó un fondo amarillo, capa 3 se realizó un elemento irregular con la herramienta de figuras irregulares y se le puso color azul, capa 4 se le dio un contorno a la imagen con stroke negro, capa 5 se hizo un rectángulo con la herramienta de figuras y se le dio color blanco, capa 6 se abrió el archivo de textura azul que se tenía para la imagen, capa 7 se abre la fotografía digital a color, menú image comando adjustments hue/saturation se trabaja al máximo saturación, igual Light a la mitad, menú image, comando adjustments invert, menú image, comando adjustments pasterizar, capa 8 image adjustments treshold, capa 9 menú select colorrange invert gotero menos, seleccionar lo que quiero rojo, capa 10 menú select colorrange invert gotero menos selecciono lo que quiero negro, la capa 11 se duplica y se hace un rectángulo amarillo con herramienta de figuras y se le da el color, menú layer flatten image.

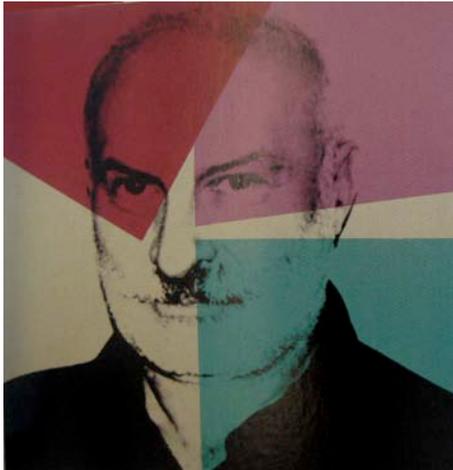


Imagen que sirvió de ejemplo para la anterior, con una gran atracción del impresionismo abstracto, Jean-Michel Basquiat, 1984, acrílico y serigrafía sobre lienzo, 101,6X101,6 cm, colección particular, Pág. 99, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones



Fotografía digital ISO 100, tomada en exterior dentro del auto, con WF de luz de día, retrato medio, posado, F 5.6 con 30/1, tomada con cámara canon D60, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image comando adjustments curves y brillo y contraste. Pothshop CS4, Mac.



Se parte de una fotografía a color digital, se usa el comando menu image, adjustments desature, se va a herramienta de enmascarillar, se borra con la herramienta de la goma lo que se quiere de la foto aparezca en la otra imagen, cmd C, cmd V y se copia, en la imagen que se abre que tiene la imagen de sopa Campbell que aparece en otra capa, se va comando edit transform, scale para acomodarla del lado izquierdo, el utilizar el blanco y negro para hacer un contraste en la obra de Andy Warhol *Cien latas de sopa Campells*, para después irse a menu layer, flatten image.



Imagen que sirvió como base para la anterior, repetición de un reflejo, apropiación de la imagen, homogeneización social, ironizar el arte, de Andy Warhol, 1962, óleo sobre lienzo, 182,9X132,1 cm, Búfalo: Albright-Knox Art Gallery, Pág. 156, del libro Editorial Thema Ediciones, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta ediciones



Fotografía digital ISO 400 interior, sin flash , encuadre medio, retrato posado, fondo del lugar, WF luz natural, F 5.6 60/1, cámara Canon D60, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image comando adjustments curves y brillo y contraste. Pothoshop CS4, Mac.



Partiendo de una fotografía digital a color, menu image, comando adjustments desature, menu filter, artistic watercolor, menu filter stylize solarize, menu adjustments exposure, menu image, comando adjustments equalizer, para darle las tres siluetas siguientes se usa la capa de inicio y se copian en las tres que sigue para que se vean las tres siluetas, esta imagen con cierto parecido a la de Andy Warhol *Robert Mappletrorpe y a la Elvis triple* 1964, con esa repetición, que genera movimiento.



Esta imagen con carácter repetitivo, la velocidad, el azar del proceso de producción de imágenes, el color, es en la que me base para la anterior, de Andy Warhol, llamada *Elvis Triple* 1964, serigrafía sobre lienzo, 209 X 152 cm, Nueva York Colección particular, Pág. 157 del libro



Fotografía digital ISO 400 interior, con flash directo y luz cenital, encuadre medio, retrato posado, fondo el del lugar, WF luz bombilla, F 5.6 30/1, cámara Canon D60, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image comando adjustments curves y brillo y contraste. Pothoshop CS4, Mac. La imagen se utilizo con esa luz en la cara y el maquillaje y la expresión de esa manera para darle uso a la imagen siguiente y su composición.



Partiendo de una fotografía digital a color, menu image, comando adjustments treshold 94 para resaltar labios y nariz y quitar fondo, menu image ,comando adjustments, gradient map con previem, harmonies 1, en esta imagen amarilla para la rosa, harmonies 2 para el morado y azul de la composición de abajo.



Para generar esta composición partimos de abrir un documento file new tamaño carta, dimos el tamaño letter y lo dejamos 8X511 inches, abrimos la imagen anterior con el programa file open, para partir si comando cmd a,cmd c ycmd v, en la copia en blanco, con menu edit comando transform a escala lo ajustamos para generar la parte de en medio de mi hoja, activando en el menu view,comando rules, extras para tener los tamaños y medidas de la hoja, para así ponerla del lado izquierdo de la hoja de la primera imagen que abrí fue de color amarillo, para convertirlas con menu layer fatten image en una sola, con la imagen sería, sin el fondo negro como el original, de Andy Warhol llamada vista de la exposición de 6 autorretratos.



Esta imagen se utilizo pensando en las imágenes anteriores, autorretrato de 1986, acrílico y serigrafía sobre lienzo,203,9X193 cm colección particular, autor Andy Warhol, imagen Internet servidor yahoo,año 20011.



Fotografía digital ISO 400 interior, flash relleno , encuadre close up posado, fondo no cuidado, es un primer plano, WF luz natural, cámara Canon Rebel Ti, resolución 300dpi, size 25X31 cm, trabajado el color solo para corrección en menu image comando adjustments curves y brillo y contraste. Pothoshop CS4, Mac.



Partiendo de una fotografía digital a color como la anterior, del menu image, comando adjustments thesold, menu filter comando blur, gaussian blur suavizar 2.2 pixeles, menu filter comando color halftone 13 pixeles, con un parecido por el tono a la obra de Andy Warhol *El hombre mas buscado número 9 John S.* Y en textura en los pixeles a la de *Muchacha con lagrimas III* de Roy Lichtenstein.



Para generar esta imagen partimos de una imagen como la anterior, con la misma técnica, la diferencia para darle ese color rojo es, menu image, comando adjustments Photo filter, deeprojo hasta el 100% y da la imagen a color rojo esta vez, la cual puede variar según los colores que se pongan, este va mas relacionado con el rojo por ser un color tan utilizado en el pop.



Imagen que se utilizo para generar las anteriores, con su expresividad de la imagen pintando los contornos en tonos negros, de nombre M-Maybe (A Girl's Picture) de Roy Lichtenstein, 1965 magna sobre lienzo 152X152 cm, colonia: Musem Ludwig, Pág. 55, del libro Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed. Tikal, Susaeta Ediciones.



Fotografía digital,realizada en interior, con flash de relleno,sin cuidar el fondo,en close up izquierdo, posada,ISO 400,F4,30/1,en TV, calidad baja,resolución 150dpi, tamaño 10X12cm,ajustes ligeros de color con image adjustments,comando curves, Camara Rebel Ti.



Imagen que se trabajó con menu image, comando adjustments,para pasar a gradient map y habilitar dither para obtener este resultado que será parte de la composición de la imagen que veremos abajo.



Imagen Catrina,trabajada con el menu Image, comando Adjustments, gradient map, dither, y posteriormente inverse, la del lado izquierdo, mientras que la del lado derecho se utilizó como parte de la composición que veremos en la siguiente imagen.



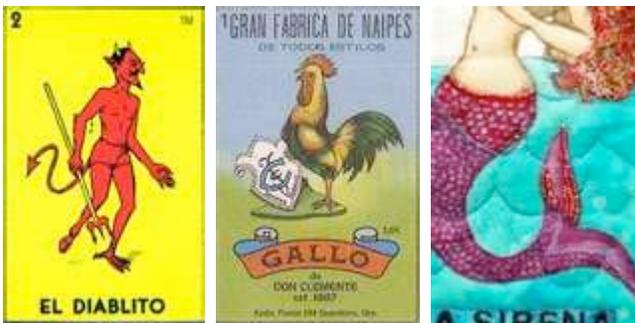
Imagen que se generó apartir de menu file new document en CS4, tamaño carta 21,59X27.94 cm con fondo rojo en gradien tool,abró con file open y del escritorio escojo el archivo que dice catrina, cmdA, cmd C, cmd V y lo coloco en mi composición, de igual manera, escojo el de paloma rojo para trabajarlo con distintos layers que son 18, los cuales distribuyó en mi papel y que con el menu edit, transform a scale, rotate, genero, las formas y acomodo de las imágenes secuenciadas como se hace en el pop, utilizando el color, solo que esta vez el icono que trabajó es el de la catrina.



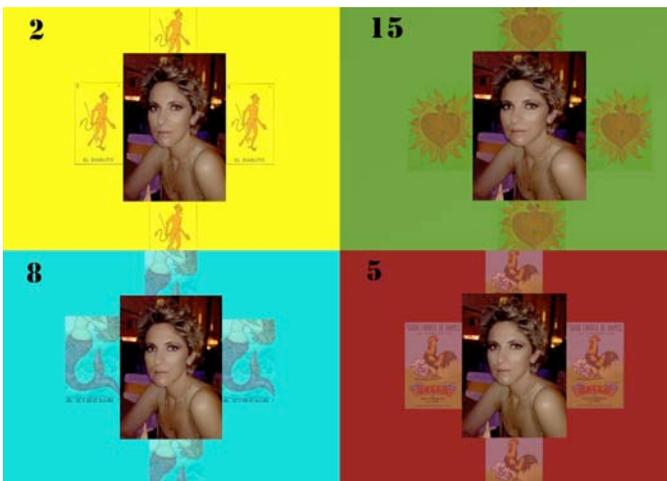
Fotografía digital, Tomada con flash, en interior, ISO 400, la cual tiene un filtro de CS4, en menu filter artistic paint dabus, para posteriormente trabajar la siguiente composición, esta misma imagen con las mismas características se utilizará en cada imagen siguiente.



Estas dos imágenes están realizadas con un documento en blanco de tamaños 3X5 inches, con un fondo de color verde y azul con el menu File document new y partiendo de un lienzo blanco, en formato horizontal, con el cmd A, cmd C, cmd V la coloco sobre el fondo verde o azul, con el menu edit y el comando Transform, scale lo acomodo al igual que los corazones o la sirenas, son trabajados con los mismos comandos mencionados, cada uno en una capa generando 12 capas, en la capa 5 se utiliza la



El uso de esta imágenes para generar las distintas composiciones, y mantener viva ese parte popular.



Esta es la composición final la cual se genera con todas las imágenes mostradas en la pagina anterior, esta se trabaja, partiendo de abrir un documento con menu file new en CS4, tamaño carta 21.59X27.94 cm con fondo blanco, se abre con file open y de la carpeta pop, que se encuentra en mi escritorio abro las imágenes que voy a utilizar son 4 cada una trabajada como ya lo describimos, cmd A, cmd C, cmd V, cmd T, arreglo y posiciono las cuatro imágenes. Con la idea de generar algo tan popular como es la lotería, conservando los colores que hemos venido utilizando en casi todas las imágenes, las repeticiones y los retratos posados en primer plano.

Conclusiones:

Con esto hemos podido comprobar que el objetivo principal de la investigación se logro exitosamente y por completo, así como el de mostrar mis imágenes con su técnica era explicar paso por paso como se fueron realizando, así como la descripción y la comparativa con algunas de las obras del pop que se pretendió retomar y que tenían cierto parecido con sus conceptos y sus técnicas para generar las propuesta que vimos.

Por otro lado es importante responder a ciertas preguntas que se hicieron, y puntualizar algunas otras, como el que las imágenes realizadas no contaron con una técnica complicada lo importante era destacar lo que se quería representar a través de la fotografía digital y las herramientas como lo son la cámara, la computadora, el uso del programa, para reafirmar que la fotografía digital es una nueva forma de captar imágenes de la realidad, que pueden ser modificadas, retocadas, alteradas, después de la toma original.

La velocidad, la comodidad con la que uno puede realizar una copia final, la manera en la que se puede experimentar y verlo de manera inmediata es una respuesta a casi todos los deseos.

Las fotografías digitales constituyen una nueva forma de comunicación, de abrirse a los medios y a la sociedad, de generar mensajes, ideas, propuestas y formas de entendimiento, reduciendo y acercando fronteras, distancias, tiempo, momentos, la representación de un tema, la recreación de una cultura.

La fotografía digital retoma el pasado y el presente, representa una realidad, utiliza a la tecnología, evoluciona con ella, se reinventa a través de cada concepto de cada programa utilizado, se adapta y se fusiona con el arte.

La fotografía digital define una nueva forma de concepción del mundo, se emplea, adquiere forma y significado en el uso social, artístico, científico para lo que se emplea.

Esta sumada a la observación, a la experimentación, creatividad, las imágenes digitales se recrean a partir de imágenes recibidas, que están construidas sobre los fragmentos y estratos de otras imágenes como lo vimos en los autorretratos, esta ha avanzado en los últimos años en México, se ha convertido en un medio de expresión artística, que ha permitido que el fotógrafo la considere parte del arte.

Esta se crea y se utiliza según las necesidades de expresión, el uso del lenguaje, técnica, concepto de la imagen, soporte gráfico. Imágenes que se han colocado en la realidad y que dictan poder en los medios.

Dentro de estos medios de comunicación la fotografía digital consume y trabaja para ellos pero finalmente somos nosotros los que la usamos para consumir lo que queremos, lo que existe, lo que marca la sociedad, la época, lo que nos gusta, lo que queremos, lo que tenemos aprendido, lo que imitamos o lo que conocemos.

Es estar en la búsqueda del encuentro del discurso icónico, utilizar a la fotografía digital y a esas nuevas tecnologías como un discurso visual, como un discurso que transforme las ideas de la realidad, que las retome, que las use como ejemplo, como lo hice yo en mi trabajo.

Es en esa redefinición y en esas reflexiones del Pop Art, donde ubicamos a lo mexicano, donde lo representamos, le dimos esa connotación cultural que pertenece a la comunicación de masas de la que hablamos y ejemplificamos a lo largo de cada página escrita.

Con esto quiero decir, que mi objetivo dentro de mi trabajo es reafirmar que en estos personajes agradables, vendibles, bonitos que tienen un valor simbólico, para esta corriente del Pop Art, que personificaron en algún momento un ideal de éxito, y que han permanecido en nuestra memoria, en el tiempo, nuevamente se utilizan como ejemplo en esta sociedad moderna, en esta cultura de masas que tanto he dicho, que avanza con el tiempo, que fusiona el pasado, lo de antes pero que lo adapta a esta realidad. Una realidad que no ha cambiado demasiado de la anterior entorno a lo mencionado, pero que se transforma a través de las nuevas tecnologías, las cuales se utilizan como herramienta para destacar el trabajo que vemos reflejado en los distintos medios impresos revistas, folletos, anuncios, playeras, cigarros, publicidad, con técnicas diversas pero que conservan esa popularidad, esa cultura.

Donde se mantiene presente ese consumo que nos lleva a lo popular, donde los objetos se convierten en una necesidad, en una competencia, en un símbolo, en la diferencia de uno a otro para ser parte de esa sociedad, para tener esa popularidad.

Pero con todo y esto lo que cabe también destacar es que lo nuevo, lo viejo, lo analógico y lo digital se fusionan, se retoma el pasado en cuestiones básicas de composición de historia, de ideas, para integrarse con la rapidez, con la inmediatez, con las nuevas tecnologías.

Es obtener esas respuestas a cada pregunta hecha durante mi trabajo, de ese consumo visual, de lo que compramos, imitamos, codificamos de los medios, de la sociedad en la que vivimos y de la cual somos partícipes, de la época, de lo que esta de moda.

La fotografía digital permite la representación visual de datos y de conceptos que en un principio se consideraban costosos, tardíos, imposibles de hacer o de ver.

Que con todo y esto sigue buscando nuevas formas de expresión, documentando con análisis formales de cada imagen vista, de cada imagen realizada con diversas técnicas, acentuando así sus principales temáticas y utilizando el estudio de las mismas para experimentar con mi trabajo, tener los elementos para definir y cuestionar lo que uno ve a través de los medios masivos y de la realidad.

Describir con mis imágenes digitales, la modernidad, la atmósfera de los objetos cotidianos, la relación que tiene la sociedad con esos objetos y su consumo, generar un discurso plástico tomando en cuenta el arte Pop, su configuración en el espacio cultural implicado en el capitalismo consumista, su relación con el signo, su evolución, su complicidad.

Analizando la facilidad con que las estrellas de cine y los ídolos populares pasan al dominio público a través de la fotografía digital, del uso de los programas, las nuevas tecnologías, el diseño, la cultura, satisfacen y se ponen al alcance de todas las clases sociales, les generan sueños, les permiten previamente lo que se consideraba invisible o imposible, posible y visible, convertirlo en una herramienta de reproducción de datos y conceptos, tal y como lo hice con mis imágenes, y como experimente con ellas esos cambios visibles y posibles.

Dentro de mi trabajo pude comprobar que el pop, la cultura popular, la fotografía digital se comprometen con llevar a esa realidad social y a la vida cotidiana el arte, acercarse a toda y cada una de las formas novedosas los objetos denominados artísticos producidos en serie, propios de esta sociedad industrializada de la cual somos parte todos y cada uno de nosotros, y de la que en ocasiones nos regimos para sentir que de aquí somos.

Además de poder darle sentido a las palabras de Andy Warhol a través de la experimentación que realice en mi trabajo y que corroboré con el uso del programa, la fotografía digital, en cada cambio realizado a cada fotografía de mis autorretratos, de este momento que me toco capturar y hacer mío... “ Si fueras estrella del mayor espectáculo y una noche caminarás por cualquier calle norteamericana mientras estuvieras en el aire, y si miraras por las ventanas y te vieras en televisión, de todas las salas de estar, ocupando parte de su espacio, ¿podrías imaginar como te sentirías? “.

Esa forma de imaginar como me sentirá supongo que esta en cada uno de los autorretratos representados en mi trabajo, los cuales me ponen al descubierto y reflejan el espejo de lo que viví, fui y soy a lo largo de cada uno de ellos.

Los cuales pienso llevar a una edición de un Book fotográfico con los diferentes papeles fotográficos, materiales, que representen y capturen lo escrito, lo experimentado y lo que cada uno significa. Este libro justificará y le dará sustento a una exposición fotográfica que muestre mi trabajo, mis imágenes y la experimentación e investigación que realice.

Así como pudiera ser el dejar abierta la posibilidad de un estudio más amplio y abierto para darle continuidad a un proyecto de Doctorado.

Finalmente me lleva a decir que fue una herramienta indispensable en mi trabajo para consumo visual , para ubicarla dentro de un contexto social, de cultura, de moda, de arte, de realidad, de uso del diseño, me llevo a generarme preguntas y a responderlas a lo largo de la investigación y es aquí en las conclusiones, con las cuales pretendo compartir con estas líneas escritas, mi pensamiento, mis sentimientos, con cada imagen realizada.

Es por eso que pienso que la fotografía digital es aprender a ver lo que uno ve, que su significado de manera particular no existe por si solo ni de forma autónoma, sino relacionado con todo lo demás, con lo que la hace ser, con el arte, la cultura, el diseño, la sociedad, la imagen misma, el tema y el momento con el que interactúa, se comunica o representa.

Sin olvidarnos que la fotografía digital se ha convertido en parte de nosotros, es de uso cotidiano, es un medio de difusión, es una forma mucho más fácil que la fotografía química en cuanto el proceso de la obtención, tratamiento, archivo, visualización y distribución de imágenes, de hacer y de traer con cada uno de nosotros, de obtener imágenes y registros en todo momento, es un medio de expresión de alcance de cualquier aficionado, y cada vez de más personas, es el punto de partida para generar formas de expresión como las que presenté en mi trabajo y que cada quien al hacer el suyo definirá, defenderá, expresará o entenderá.

Bibliografía.

- 1.- Barthes,Roland. **Rethoric of the Image**, en Image, Music, Text, Londres Fontana 1987.
- 2.- Baudrillard Jean. **Crítica de la economía política del signo**. ED. Siglo veintiuno editores, 1990.
- 3.- Calabrese, Omar. **El Lenguaje del Arte**, ED. Paidos, Barcelona,1987.
- 4.- Cimet,Esther. **Cultura y Sociedad en México**, ED.CENIDIAP, México, INBA,1987.
- 5.- Di Rosa,Herve. **Vuélvete al Mundo 10ª etapa**, ED.Trilce Ediciones, México,1995.
- 6.- Editorial Thema. **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones, Madrid,2009.
- 7.- Erick, Shanes, **Andy Warhol**, Tr.Maria Fuentes, Nùmen, Estado de México, 2006.
- 8.-Honnef,Klaus.**PopArt**,ED.Taschen,HongKong,Londres,LosAngeles,Madrid, París, Tokyo, 2006.
- 9.- Las Culturas Populares. **La Interpretación de las Culturas Populares y la definición de lo popular**,1990.
- 10.- Lully, James. **Medios, Comunicación, Cultura**. ED. Aproximación global editores, México 2003.

- 11.- Marshall, McLuhan. **Comprender los medios de Comunicación**, Ed. Paidós, Barcelona, 1994.
- 12.- Martín, Lister. **La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital**. Paidós, Barcelona, 1995.
- 13.- Mena Juan Carlos., con la colaboración de Oscar Reyes, **Sensacional de Diseño Mexicano**. Trilce Ediciones, CONACULTA, 2001.
- 14.- Roth Senerff, José Lameiras. **El Verbo Popular discurso e identidad en la cultura mexicana**. Editores El Colegio de Michoacán, ITESO, 1998.
- 15.- Sabrián, Lombardi. **La Cultura Popular**, ED. Colegio de Michoacán ITESO, 1996.
- 16.- Tíbol, Raquel. **Gráficas y Neográficas** en México, SEP, 1987.
- 17.- Tom, Ang. **La Fotografía Digital Guía para la creación y manipulación de imágenes**. Ed. Blume, Barcelona 2001.
- 18.- Warhol, Andy. **El Arte Pop**, ED. Tikal, 2003.

Hemerográfica.

- 1.- Mitchell W.J. The Reconfigured Eye: **Visual Truth in the Post-Photographic Era**, Cambridge Mass. Pág. 22.
- 2.- Manuel de Jesús Hernández, "Retos de la Imagen", **Cultura Uno Más Uno**, México D.F., Jueves 19 octubre 2000, Pág. 32.
- 3.- Armando Bartha, "Del Pincel al Píxel", **Espectáculos, La Jornada**, México D.F., Martes 16 octubre 2001, Pág. 6.
- 4.- Mario González, Suárez, "Aprender a ver lo que uno ve", **Contraseña, Milenio**, México D.F., 26 octubre 2001, Pág. 48.
- 5.- Manuel García, "La Fotografía española contemporánea", **Cultura Uno Más Uno**, México D.F., miércoles 22 junio 1994, Pág. 28.
- 6.- **Revista Infashion**, Pág. 15 edición Vive el Color, año marzo 2003, número 3.

- 7.- Oliver, Debroise, "El Tiempo de una Imagen", **Suplemento Especial Reforma**, México D.F. domingo 3 de febrero 2002, Pág.8.
- 8.- Hal Foster, "Art Pop", **ArtForum**, México D.F., octubre 2004, Pág.12.
- 9.- Andrea Camarelli, "Warhol o la nueva naturaleza muerta". **Sábado, Uno mas uno**, México DF, sábado 19 octubre 2009, Pág.5.
- 10.- Guillermo Samperio,"El arte de ser Warhol". **Dominical, La Crónica de hoy**, México DF, domingo 26 septiembre 1999, Pág. 47.
- 11.- Blanca Villeda."War holy pop", **De las Artes Plásticas, El Herarldo**, Domingo 22 de agosto 1999,Pág.19.

Internet.

- 1.- Geometría fractal www.lehan.curry.edu 17-10-06.Arte digital.
- 2.- www.criticarte.com 17-12-06.
- 3.- www.cultura popular. Héctor Rosales 7-05-11.
- 4.- www.multimagen.com. Fotografía Digital. 4-03-11.

Índice alfabético de imágenes.

- 1.- Imagen 1: *Carteles Coca Cola*, Folleto imágenes Coca Cola PTC, 2002, Tema Publicidad.
- 2.- Imagen 2: *Mesa publicidad Coca Cola*, Folleto imágenes Coca Cola PTC, 2002, Tema Publicidad.

- 3.- Imagen 3 : *Publicaciones de cajas productos Coca Cola*, Folleto imágenes Coca Cola PTC, 2002, Tema Publicidad.
- 4.- Imagen 4 : Fotografía digital a color, *bolsas de mano diseño popular*, tienda plaza Coapa, 2011.
- 5.- Imagen 5 : Fotografía digital a color, *zapato de niña logo mariposa*, tienda centro comercial, 2011.
- 6.- Imagen 6 : Fotografía digital a color, *pastillas de dulces*, tienda centro comercial, 2011.
- 7.- Imagen 7: Fachada *tienda Penny`s Market*, folleto imágenes PTC, 2002, Tema Publicidad.
- 8.- Imagen 8 : Fotografía digital sobre *Carteles Marilyn Monroe*, tienda Mix Up, Coapa, 2011.
- 9.- Imagen 9: *Relojes Motion Clock*, folleto imágenes PTC, 2002, Tema Publicidad.
- 10.- Imagen 10: *Anuncios luminosos Coca Cola*, folleto imágenes Coca Cola PTC, P2002, Tema Publicidad.
- 11.- Imagen 11: Fotografía digital, *Playeras diseños populares* varios colores, exposición de productos sobre ropa, 2011.
- 12.- Imagen 12: Portada *Revista Infashion*, edición Vive el Color, año, marzo 2003, número 3.
- 13.- Imagen 13: *Revista Infashion*, Pág. 15 edición Vive el Color, año marzo 2003, número 3.
- 14.- Imagen 14: *Articulo Werman* Pág.68-69, *Revista Infashion*, edición Vive el Color, año marzo 2008 número 3.
- 15.- Imagen 15: Cap. 2, *Jabón Juan Conquistador*, polvos, jabones y perfumes, Empaques, Pág.82 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano** ,Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

16.- Imagen 16: *Perfume De Ven A Mi*, polvos, jabones y perfumes, Empaques, Pág. 83 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

17.- Imagen 17: *El enmascarado de Plata*, Calcomanía Pág. 93 , del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

18.- Imagen 18: *Amores y Amantes*, libro semanal, libro sentimental, aroma de mujer, rosas y espinas, en carne propia, Historietas, Pág. 79 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

19.- Imagen 19: *Estéticas*, rótulos sobre pared, metal y vidrio, Durango Ciudad de México, Pág.51 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

20.- Imagen 20: *Portada del libro Hervi Di Rosa*, vuelta al mundo 10ª etapa, Autour du monde. 10e etape, Around The World 10th stage, México, Trilce ediciones.

21.- Imagen 21: *Legítimo Polvo Alemán*, polvos, jabones y perfumes, Empaques, Pág.82 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.

22.- Imagen 22: *Niño Dios*, museo de las culturas populares, exposición del día de la Candelaria.

23.- Imagen 23: *Niño Dios*, museo de las culturas populares, exposición del día de la Candelaria.

24.- Imagen 24: *Niño Dios*, museo de las culturas populares, exposición del día de la Candelaria.

25.- Imagen 25: *Niño Dios*, museo de las culturas populares, exposición del día de la Candelaria.

- 26.- Imagen 26: *Sencillamente ¿qué es lo que hace que los hogares de hoy sean tan diferentes, tan llamativos?* 1956, Collage, 26X25, Tuburiga: Kunsthalle Tubingen, Richard Hamilton Pág. 39 del libro equipo editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 27.- Imagen 27: Sin título “*Joan Crawford dice*” James Rosenquist 1962, óleo sobre lienzo 97X78cm colonia museum Ludwig, Pág. 41 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 28.- Imagen 28: *We rose up slowly (Nos elevamos lentamente)* Roy Lichtenstein, óleo y magna sobre tela dos piezas 173X61cm(izquierda) y 173X173 cm (derecha), Frankurt Museum For Modern Kunst, Pág. 55 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 29.- Imagen 29: *Bathtub número 3 (bañera número 3)*, Tom Wesselman, 1963 óleo sobre lienzo, plástico objetos reales 213X270X45 cm Colonia museum Ludwig, Pág. 60 del libro, equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 30.- Imagen 30: *Fumadora Número 8* Tom Wesselman 1973, óleo sobre lienzo, plástico objetos reales 210X265 cm colección particular, Pág.61 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 31.- Imagen 31: *Gran Coca Cola* 1962, Andy Warhol, acrílico sobre lienzo 208X144,8 cm colección Elizabeth and Michael Rea, Pág. 87 equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 32.- Imagen 32: *Teléfono* 1961, Andy Warhol, óleo sobre lienzo 1722X137,2 cm Nueva York Colección Particular, Pág. 19 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 33.- Imagen 33: *Lata Sopa Campbell* 1968, Serigrafía y Acrílico sobre lienzo Wolver Champton Art Gallery Pág.30 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.

- 34.- Imagen 34: *Elvis triple* 1964, Serigrafía sobre lienzo 209X152 cm Nueva York Colección Particular, Pág. 152 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 35.- Imagen 35: *Las Dos Marilyn* 1962, Serigrafía sobre lienzo 55X65 cm Colección Particular, Pág. 164 del libro equipo Editorial Thema, **Andy Warhol**, Ed Tikal, Susaeta ediciones.
- 36.- Imagen 36: Casa de Petra, rótulo sobre metal, ciudad de México, Pág.130 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.
- 37.- Imagen 37: *El Pulpo Feliz*, rótulo sobre pared, ciudad de México, Pág.147 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.
- 38.- Imagen 38: *Papanicolau*, exámenes de rutina rótulo sobre pared estado de México, Pág. 261, del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.
- 39.- Imagen 39: *Rocío de Ofrenda de la Herradura Magnética*, polvos jabones y perfumes, Empaques y etiquetas de papel, Pág. 333 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.
- 40.- Imagen 40: *Valeria*, sección de estrellas, Volante, Pág. 69 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.
- 41.- Imagen 41: *Amores y Amantes*, libro semanal, libro sentimental, aroma de mujer, rosas y espinas, en carne propia, Pág. 79 del libro **Sensacional de Diseño Mexicano**, Juan Carlos Mena con la colaboración de Oscar Reyes, Trilce Ediciones.
- 42.- Imagen 42: *Cartel Jumex Santo*, imagen Internet www.cultura popular, Yahoo.
- 43: Imagen 43: *Secuencias y serie Populares*, imagen Internet www.cultura popular, Yahoo.